

”En siis käyttäisi rahaa mihinkään hirveän erityiseen, vaan säästäisin ja pitäisin hauskaa.”: TYTTÖJEN JA POIKIEN KULUTTAMISEN MERKITUKSET TARINOIDEN JA HAASTATTELUJEN VALOSSA

Helena Voutilainen
Pro gradu-tutkielma
Itä-Suomen yliopisto
Yhteiskuntatieteiden ja kauppa-
tieteiden tiedekunta
Yhteiskuntatieteiden laitos
Sosiaalipedagogiikka
Helmikuu 2012

TIIVISTELMÄ

Itä-Suomen yliopisto

Yhteiskuntatieteiden ja kauppatieteiden tiedekunta

Yhteiskuntatieteiden laitos

Sosiaalipedagogiikka

VOUTILAINEN, HELENA: ” En siis käyttäisi rahaa mihinkään hirveän erityiseen, vaan säästäisin ja pitäisin hauskaa”: Tyttöjen ja poikien kuluttamisen merkitykset tarinoiden ja haastattelujen valossa

Pro gradu-tutkielma, 94 sivua, 4 liitettä

Ohjaajat: Professori Pirjo Pölkki ja Tutkimusprofessori Kirsi Pohjola

Helmikuu 2012

Avainsanat: lapset, kuluttaminen, brändit, toiveet, haaveet, unelmat

Pro gradu- tutkielmani aiheena on lasten kuluttaminen. Tutkimukseni tavoitteena on kuvata lasten kulutustoiveita ja – haaveita, kulutuksen merkitystä lasten jokapäiväisessä elämässä sekä kulutuslapsuuden hyviä ja huonoja puolia. Tutkimuksessa selvitettiin myös, eroavatko tyttöjen ja poikien kuluttamiseen liittyvät toiveet ja haaveet.

Tutkimus toteutettiin pääosin laadullisena tutkimuksena. Aineiston keruumenetelminä käytettiin eläytymismenetelmää ja haastatteluja. Tutkimukseen osallistui 45 kuudesluokkalaista oppilasta Kymenlaaksosta. Tutkimuksen tarkoituksena oli ymmärtää ja tulkita lasten merkityksiä kulutuksesta. Tutkimus oli fenomenologis-hermeneuttinen lähestymistavaltaan. Aineisto analysoitiin sisällön analyysillä.

Tutkimuksen tulokset osoittavat että, lasten kulutustoiveet ja – haaveet liittyvät säästämiseen, harrastuksiin, makeisiin, vaatteisiin ja matkoihin ja muihin elämyksiin. Tyttöjen ja poikien kuluttaminen on tämän tutkimuksen mukaan melko samanlaista toisin kuin joissakin aikaisemmissa tutkimuksissa, mutta perinteiset sukupuolten väliset erot ovat edelleenkin olemassa. Lapsille kuluttaminen on osa sosiaalista elämää ja vapaa-ajan viettämisen tapa. Lapset suhtautuvat kielteisesti mainontaan ja merkkituotteisiin. Kuluttaminen ei merkitse lapsille vain mahdollisuutta rahan käyttämiseen ja ostamiseen, vaan se on identiteetin rakentamisen ja itsensä ilmaisun väline. Lasten kulutustottumuksiin vaikuttavat eniten vanhempien ohjaus ja neuvonta. Lapset tarvitsevat ohjausta ja tukea kasvamiseensa, jotta heidän asenteensa kuluttamista kohtaan eivät määrittyisi ainoastaan markkinoiden ja kulutuskulttuurin ohjaamina.

ABSTRACT

University of Eastern Finland

Faculty of Social Sciences and Business Studies

Department of Social Sciences

Social Pedagogy

VOUTILAINEN, HELENA: "I do not use the money for anything special, but I would save money and have fun": Girls' and boys' meanings of consumption in the light of stories and interviews"

Master's thesis, 94 pages, 4 annexes

Supervisors: Professor Pirjo Pölkki and Research Professor Kirsi Pohjola

Helmikuu 2012

Keywords: children, consumption, brands, hopes, wishes, dreams

The aim of my master's thesis is children's consumption. The aim of my study was to describe children's consumer hopes and dreams and the meanings of consumption in children's everyday life and the consumer childhood the pros and the cons. I also studied if there are differences between the sexes in different consumption desires and dreams.

The master's thesis was conducted as a qualitative study. As methods I used the method of empathy-based stories and interviews. The participants were 45 6th grade pupils from Kymenlaakso. Purpose of the study was to understand and to interpret children's meanings of consumption. The study used a phenomenological-hermeneutic approach. The data was analyzed by using content analysis.

The results of the study show that children want to have and dreams about things like saving money, hobbies, sweets, clothes and travelling and other memorable experiences. Girls' and boys' consumption was quite similar but traditional gender differences still exist. Consumption seems to be for the most children part of social life and leisure time. Children were critical about advertising and brands. Children's consumption is not only spending money and shopping, but for the most children consumption is the construction of identity and part of their self-representation. Children's consumption patterns are mostly affected by parents' guidance and counseling. Children need guidance and support to grow, so that their attitude towards the consumption would not be defined solely by the market and the consumer culture driven.

Sisällys

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

JOHDANTO	6
2 LAPSUUS KULUTUSKULTTUURISSA	8
2.1 Lapsuuden ehdot ja kasvamisen vaatimukset	8
2.2 Kuluttajuuden vastakkaiset puhettavat lasten kuluttamisen määrittäjinä	11
2.3 Materiaalistuneen lapsuuden ympärillä käytävä puhe	13
2.4 Kasvatus kaupallisuuden vastavoimana	21
2.5 Tyttöjen ja poikien kuluttamisen väliset erot	25
3 TUTKIMUKSEN TAVOITTEET JA TEHTÄVÄT	28
3.1 Taustaa tutkimukselle	28
3.2 Tutkimuksen tavoitteet ja ongelmat	30
3.3 Fenomenologis-hermeneuttinen tutkimusote	30
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	34
4.1 Tutkimuksen kohderyhmä	34
4.2 Tutkimusmenetelmät	35
4.2.1 Eläytymismenetelmä	35
4.2.2 Lasten haastattelu	37
4.3 Tutkimuksen tiedon keruu	40
4.3.1 Aineisto	40
4.3.2 Eläytymismenetelmän käyttö tässä tutkimuksessa	41
4.3.3 Haastattelun käyttö tässä tutkimuksessa	42
4.4 Tutkimusaineiston analysointi	44
4.4.1 Yleisiä periaatteita	44
4.4.2 Tarinoiden analysointi	46
4.4.3 Haastattelujen analysointi	47
4.5 Luotettavuuden arviointi	48
4.6 Eettisten näkökohtien huomioon ottaminen lapsia tutkittaessa	56
5 TUTKIMUKSEN TULOKSET	58
5.1 Tyttöjen ja poikien ilmaisemat kuluttamiseen liittyvät toiveet ja haaveet eläytymismenetelmätarinoissa	58
5.2 Haastateltujen lasten kuluttamisen merkitykset	68
5.2.1 Vanhempien merkitys lasten kuluttamisessa	68
5.2.2 Kavereiden merkitys lasten kuluttamisessa	71

5.2.3 Koulun rooli kuluttamisessa ohjaamisessa.....	72
5.2.4 Mainonnan merkitys lasten kuluttamiseen.....	74
5.2.5 Merkkituotteiden merkitys lapsille	74
5.2.6 Rahan merkitys lasten elämässä.....	76
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	80
7 POHDINTAA	83
LÄHTEET	88
LIITTEET.....	94

JOHDANTO

Kuluttamisen, kaupallisuuden ja taloudellisten arvojen varaan nojautuvassa yhteiskunnassa lapsia kasvatetaan pienestä asti kuluttajakansalaisiksi ja taloudellisiksi toimijoiksi. Lasten osalta huolestuneisuutta herättää, millaisiksi heidän elämänarvonsa kehittyvät media- ja kulutuskulttuurissa, jossa elämän tärkeimmiksi asioiksi nähdään materialistisuus, yksilöllisten individualististen tarpeiden tyydyttäminen ja mielihyvän ja elämyksellisyyden tavoitseminen. Edellisistä seikoista johtuen päätin tutkia sosiaalipedagogiikan pro gradu-tutkielmassani kuluttamisen merkitystä lasten elämässä.

Sosiaalipedagogiikan keskiössä on ihmisen hyvän elämän mahdollistaminen ja ihmisyyden toteuttaminen. Ihmisen olisi osattava valita asioita, jotka ovat hänen oman elämänsä kannalta arvokkaita ja mahdollistaisivat hänen kehittymisensä sekä yhteiskunnan jäsenenä että ihmisenä ja persoonana. (Kurki 2010, 202–204.) Sosiaalipedagogiikassa yhteiskunnallista todellisuutta tarkastellaan yksilön kasvumahdollisuuksina kiinnittämällä huomiota erityisesti yksilön ja hänen sosiaalisen ympäristönsä välisiin suhteisiin. Kasvatuksen perspektiivistä nähtynä uudenlaiset lasten elämään liittyvät ilmiöt osoittautuvat haasteellisiksi ja tutkimisen kannalta tarpeellisiksi. (Hämäläinen 2007, 436–438.)

Kuluttajana toimimisesta on tullut kaikilta kansalaisilta vaadittava taito, jota ilman markkinoituneessa ja kaupallisessa maailmassa ei selviä. Markkinaehtoiseksi muuttuneessa elin- ja toimintaympäristössä kuluttamisesta on tullut keskeinen osa nykylasten arkielämää ja kokemusmaailmaa. Lasten kannalta joudutaan pohtimaan mitä on hyvä kasvatus ja millaisia tietoja ja taitoja lapset tarvitsevat selviytyäkseen kuluttamista ihannoivassa yhteiskunnassa, kasvaakseen yhteiskunnan jäseneksi ja taloudelliseksi toimijaksi (Nivala 2007, 45–46).

Lasten kuluttamisesta on tehty vähän tutkimuksia muiden kuin kuluttaja- ja kaupallisen tutkimuksen alueilta. Aikaisemmat tutkimukset käsittelevät kuluttamista enimmäkseen perhekontekstista, tarkastellen lapsia osana perhettä. Useimmat tutkimuksista ovat kvantitatiivisia tutkimusotteeltaan. Lasten osalta nähdään olevan tarvetta kvalitatiiviselle tutkimukselle. Niinpä päätinkin tutkia lasten kulutuskäsityksiä laadullisen tutkimuksen avulla. Tutkimusmenetelminä käytin eläytymismenetelmää ja haastattelua.

Tutkimuksessani tutkimushenkilöinä olivat kuudesluokkalaiset 11–13-vuotiaat lapset. He elävät varhaisuoruutta, jossa itsensä etsiminen ja oman identiteetin rakentaminen ovat tärkeitä kehitystehtäviä. Kuluttamisesta on tullut keskeinen tapa, jonka avulla lapset määrittelevät suhdetta itseensä ja toisiin ihmisiin. Myös lasten toiveet, haaveet ja unelmat saavat sisältönsä ympäröivästä kulutuskulttuurista.

Valitsin tutkimukseni lähestymistavaksi fenomenologis-hermeneuttisen tutkimusmetodin, koska tutkimukseni tavoitteena on auttaa ymmärtämään, miten lapset luovat omia merkityksiään kuluttamisesta kokemuksiensa perusteella. Tutkimuksessa selvitetään millaisena tämän päivän lapsuus näyttäytyy kulutuskulttuurissa ja millaisia ehtoja ja vaatimuksia se luo lasten hyvinvoinnin ja tasapainoisen kehityksen kannalta. Tarkastelen myös miten sukupuoli vaikuttaa tyttöjen ja poikien kulutuskäyttäytymiseen ja kuluttamisen kohteisiin. Tutkimuksessani esittelen materiaalistuneesta lapsuudesta käytyä keskustelua ja kuinka kasvatuksen avulla lapsille voidaan tarjota vaihtoehtoisia näkökulmia kuluttamisen keskeiselle elämälle. Kuluttamisen yhteydessä pohdin myös, miten taloudellinen eriarvoisuus ilmenee lasten elämässä ja miten se vaikuttaa heidän mahdollisuuksiinsa osallistua kulutuskulttuuriin.

2 LAPSUUS KULUTUSKULTTUURISSA

2.1 Lapsuuden ehdot ja kasvamisen vaatimukset

Tutkielmani tausta-ajattelun selventämiseksi tarkastelen seuraavaksi millaisia ehtoja ja vaatimuksia kulutuskulttuurissa ja kulutuskeskeisessä maailmassa eläminen asettaa lapsen kasvamiselle. Tuon esiin sekä kielteisiä että myönteisiä lasten kuluttamiseen liitettyjä pohdintoja ja ajattelutapoja kirjallisuuskatsauksen avulla. Lisäksi tarkennan mitä kuluttamisen käsitteellä tarkoitetaan tässä tutkielmassa ja miten kuluttaminen ilmenee lasten elämässä.

Kulutuskulttuurissa elämysten ja kokemusten hankkiminen on ensisijaista tarpeiden tyydyttämisen lisäksi. Kuluttaminen on olennainen ja luonnollinen osa nykylasten arkielämässä, oppimis- ja kasvuympäristössä, vapaa-ajanvietossa ja sosiaalisissa suhteissa. Kuluttaminen koskettaa lapsen kaikkia elämän alueita ja määrittää lasten arvojen ja asenteiden muotoutumista. (Salasuo & Hoikkala 2010, 150–155.) Kuluttamisessa ei ole ainoastaan kysymys vain materiasta, vaan enemmänkin kuvitteellisista arvoista, mielikuvista ja niiden edustamista elämäntyyleistä. Kuluttamiseen ja kulutustavaroiden omistamiseen liittyy onnellisen elämän tavoittelu. Elämys- ja unelmayhteiskunnassa, unelmia ja toiveita toteutetaan kuluttamisen avulla. (Kupiainen & Suoranta 2005, 289–292.) Lapset elävät kulutuslapsuutta, jossa tärkeänä ja lapselle kuuluvana toimintana pidetään eri asioista ja tavaroista unelmoimista, niiden hankkimista ja ostamista (Brusdal & Lavik 2008, 405–406).

Lapset ovat kasvaessaan tottuneet elämässään kulutuskeskeisyyden läpitunkevuuteen, jonka nähdään olevan myös olennainen osa länsimaista elämäntapaa ja kulttuuria. Hyvän elämän ja onnellisen lapsuuden ehdoiksi markkinoituneessa ja kaupallisuuden arvoja korostavassa yhteiskunnassa nousevat lapsen mahdollisuudet osallistua kuluttamiseen, joko itsenäisesti tai vanhempiensa avulla. Kuluttaminen ymmärretään sekä tavaroiden ja palveluiden ostamisena että elämysten ja mielikuvien kuluttamisena. Lasten elämissä maailmassa myös visuaaliset kuvat, tarinat, mainokset ja symbolit ovat jatkuvasti läsnä olevia tekijöitä. Myös media, ajankäyttö ja vapaa-ajan viettäminen kietoutuvat kuluttamisen ympärille. Kuluttamiseen nähdään kuuluvan olennaisena osana yksilöllisen elämäntavan ilmaiseminen tietynlaisten tavaroiden avulla. Kulutuskulttuurissa lapset ilmaisevat elämäntapaansa brändien avulla. (Lehtimäki & Suoranta 2006a, 348–349.)

Brändeillä tarkoitetaan tuotemerkkejä, tuotteiden nimikkeitä ja niihin liitettyjä mielikuvia. Lapsille markkinoijat kauppaavat brändien avulla tietynlaista ajatusmaailmaa ja elämäntapaa. (Klein 2001, 43.) Brändit kuuluvat lasten arkipäivään liittyen niin vapaa-aikaan, pukeutumiseen, syömiseen, juomiseen, kuin leikkimiseen ja pelaamiseen (Suoranta 2010, 321). Brändien voidaan sanoa läpäisevän koko nykykulttuuria ja sosiaalista elämää. Merkkituotteet rakentavat sosiaalisuutta, määrittämällä yksilön ja ryhmän välistä suhdetta. Yksilölle brändit merkitsevät tietynlaista elämäntapaa, arvoja ja asenteita. Brändit eivät ole pysyviä, vaan ne muuttuvat eri aikoina vaikuttavien trendien ja aatesuuntien mukaisesti. Kunakin aikana elävien lasten ja nuorten elämässä vaikuttavat sille ajalle tyypilliset muotivirtaukset ja merkkituotteet. (Mattila 2006, 44.)

Mattila on tutkinut 15–16-vuotiaita ja 14–18-vuotiaita nuoria haastatteleamalla brändien eli merkkituotteiden merkitystä nuorten sosiaaliin suhteisiin, harrastuksiin ja pukeutumiseen. Brändit merkitsevät nuorille sosiaalisia välttämättömyyshyödykkeitä, joiden käyttäminen kertoo porukkaan kuulumisesta ja hyväksytyksi tulemisesta. Nuorille muotituotteiden ja merkkipaateiden tunnistaminen ja niiden tietäminen on tärkeää ja osoittaa kuulumista samaan ryhmään toisten nuorten kanssa. Jos nuori ei osoita kiinnostusta merkkituotteisiin voidaan se tulkita välinpitämättömyydeksi ryhmää kohtaan. Brändejä vastaan kapinoivalla nuorella täytyy olla vahva itsetunto, koska hän voi joutua kokemaan ulkopuolisuutta ja oudoksuntaa toisten nuorten taholta. Nuorille on tärkeää sulautuminen samaan joukkoon muiden kanssa mutta myös itsensä ilmaiseminen oman tyylinsä avulla. Samanlaisuuteen pyrkiminen muiden kanssa ei ole ristiriidassa nuorten persoonallisten makujen ja mieltymysten kanssa. (Mattila 2006, 44–59.)

Brändien merkitystä lasten ja nuorten elämässä on tutkinut väitöskirjassaan Aledin. Hän vertaili 13–15-vuotiaiden helsinkiläisten ja lontoolaisten nuorten kirjoittamien esseiden ja haastattelujen avulla nuorten käsityksiä brändeistä. (Aledin 2009, 52–54.) Nuoret muodostavat brändien avulla näkemyksen itsestään, omasta identiteetistään ja sosiaalisesta todellisuudesta. Merkkituotteet ovat nuorille keino kontrolloida ja selviytyä jokapäiväisen elämän haasteista ja ne helpottavat nuorten kasvamisessa aikuiseksi. Nuoret hakevat yhteyttä toisten nuorten kanssa yhteisten brändien ja niistä muodostettujen jaettujen merkitysten kautta. Nuoret käyttävät brändejä ilmaistakseen itseään ja erottautuakseen aikuisista. Brändien avulla nuoret osoittavat mitä asioita he arvostavat ja mitä asioita he eivät arvosta omassa elämässään. (Aledin 2009, 137–140.) Nuorten kuluttamisesta tehtyjä havaintoja voi käyttää myös nuorempien lasten kuluttamista tarkastellessa (Autio 2006b, 13).

Kuluttamisen keskeisyyttä lapsen elämässä voi kuvata peilaamalla sitä postmodernin ajan ihmiskuvaan. Shoppailu ja valintojen tekeminen on koko elämäämme läpäisevä jatkuva ja loputon tehtävä elämänkaaremme kaikissa vaiheissa. Kulutuskulttuurissa elämiseen kuuluu tarpeiden tyydyttäminen shoppailemalla ja valintoja tekemällä. Kuluttajalla on oltava kyky tarttua tilaisuuksiin, voidakseen tyydyttää halunsa ja poistaakseen epävarmuuden ja turvattomuuden elämästään. Kuluttaja shoppailee saadakseen erilaisia kokemuksia, joita värikkäät, kimaltelevat esineet ja vaatteet supermarkettien hyllyillä tai tavaratalojen vaateteli-neissä hänelle tarjoavat. (Bauman 2002: 95, 101.) Lapset tottuvat siihen, että koko ajan markkinoille tulee entistä mielenkiintoisempia ja houkuttelevampia tavaroita, jotka saavat heidän edelliset kulutustuotteensa tuntumaan riittämättömiltä. Lapset oppivat siihen, että koko ajan on haluttava uusia vaatteita, pelejä ja muita kulutuskohteita. (Partanen & Lahikainen 2008, 65.)

Postmodernissa maailmassa vallitseva konsumeristinen eli kulutuskeskeinen kulttuuri vaikuttaa lasten elämään muuttamalla lasten elämänehtoja, arvoja ja perinteisiä traditioita mullistavalla tavalla. Koulun ja vanhempien rinnalle oheiskasvattajiksi ovat tulleet mainonta, kulutus- ja mediakulttuuri, joiden sanotaan jopa syrjäyttäneen vanhemmat ja koulun kasvattajina ja traditionaalisten perinteiden välittäjinä. (Aittola 2000, 172–174.) Kuluttamiseen keskittyneessä kulttuurissa lasten elämä voi vieraantua tavallisesta elämästä ja heidän odotuksensa elämästä voivat kaventua ja keskittyä liialliseen kuluttamiseen ja yksilöllisten arvojen ylikorostamiseen omassa elämässä. Kulutuskulttuurissa lasten elämään liittyykin sellaisia piirteitä, joista kasvattajien tulee olla huolissaan ja joihin on hyvä kiinnittää huomiota. (Lehtimäki & Suoranta 2006a, 348.)

Lasten on omaksuttava kulutuskulttuurissa (Buckingham 2000, 147) elämisessä vaadittavia toimintatapoja ja erilaisia elämäntaitoja (Niinistö 2010, 54). Kuluttamisesta on tullut keskeinen osa myös lasten identiteetin ja minuuden muodostamisessa (Pohjola & Johnsson 2009, 24). Lapset muokkaavat identiteettiään ja elämäntyylään yksilöllisten kulutusvalintojen avulla. Lapset joutuvat valitsemaan monien eri vaihtoehtojen väliltä ja elämään vaikeasti hallittavassa ja monimutkaisessa maailmassa. (Aro & Jokivuori 2010, 239–240.) Wilskan (2001,61) mukaan kulutus ja markkinat ovat saaneet ylliotteen postmodernissa yhteiskunnassa kaikkien ihmisten elämästä. Ihmiset keräävät tavaroita ja elämyksiä kuluttajan identiteetin, hyvän elämän ja hyvän minuuden tunnusmerkeiksi (Salasuo & Hoikkala 2010,155). Tästä voidaan nähdä tulleen todellisuutta myös lasten elämässä.

Kulutusta korostavassa maailmassa lapsen arvoakin ensisijaisesti määritellään sen mukaan millainen hän on kuluttajana (Kupiainen & Suoranta 2005, 289). Kulutuskulttuurissa yksilön elämästä ja valintojen tekemisestä eivät enää määrää yhteisö, auktoriteetit eivätkä perinteet kuten aikaisemmin. Yksilö on valinnoistaan vastuussa vain itselleen ja voi vapaaehtoisesti ja oman kiinnostuksensa mukaan valita, mihin yhteisöihin hän haluaa kuulua ja erota niistä silloin kun itse haluaa. (Aro & Jokivuori 2010, 221.) Voidaan sanoa, että kulttuuriset ja yhteiskunnalliset muutokset muokkaavat uudelleen myös yksilön ja yhteisön välisiä sidoksia ja yhteisöllisyyden muotojen murennuttua kulutuksesta on tullut ihmisiä yhdistävä ”yhteisö- ja integraatiomuoto” (Aittola 2000, 172).

Seuraavaksi siirryn tarkastelemaan miten lasten kuluttamisessa näkyvät perinteinen kuluttamiseen liittyvä pidättäytyvä ja harkitseva käyttäytyminen ja millaisia uudenlaisia merkityksiä kuluttamiselle uudet sukupolvet voivat luoda. Tuon esiin myös kuinka samat kuluttajuudesta käytävät puhutavat löytyvät niin nuorten, lasten kuin aikuistenkin kohdalta. (Autio 2006a, 133.)

2.2 Kuluttajuuden vastakkaiset puhutavat lasten kuluttamisen määrittäjinä

Suomalaisen kulutuskulttuurin historia ja nykyaika toistuu ja niiden merkitykset muuttuvat lasten ja nuorten antamien omien merkitysten ja ajassa ilmenevien ideologioiden kautta. Autio on tutkinut väitöskirjassaan nuorten 15–19-vuotiaiden kirjoittamien kuluttajaelämäkertojen, ainekirjoitusten ja ryhmähaastattelujen avulla millaisia nuoret ovat kulutusyhteiskunnan toimijoina. Autio on tulkinut nuorten tarinoita kulttuuristen kertomusten ja kulutuseetosten, kuten itsekontrollin ja nautinnon kautta. Nuoret pohtivat tarinoissaan kulutus päätöksensä tarpeellisuutta ja turhuutta. Nuorten joukosta löytyi sekä järkeviä ja kontrolloivia kuluttajia että tuhlareita ja kuluttamisesta nautiskelijoita. Tämä kuvaa kuinka moniulotteisia nuoret ovat kulutusyhteiskunnan toimijoina. (Autio 2006a, 11.)

Nuorten tarinoista kuvastuu suomalaisen kuluttajan vaatimattomuus ja säästäväisyys, joka juontaa juurensa suomalaisesta kulutuskulttuurista, jossa näyttävää ja liiallista kuluttamista on pidetty sopimattomana. Nuoret ovat omaksuneet kuluttajan hyveenä maltillisen ja kontrolloidun kulutuksen. Suhtautuminen rahankäyttöön ja kulutukseen ei ole pysyvää, vaan voi muuttua iän mukana. Kuluttaja käy jatkuvaa kamppailua itsekontrollin ja nautinnon

välillä, jossa harkitsevuus, tuhlaus, nautinto tai säästäväisyys vuorottelevat. Suomalaiselle kulutuskerronnalle ei ole tyypillistä nautiskelijan tarinat ja siksi kulutuksesta saatava nautinto joudutaan verhoilemaan hyödyllisyyden ja järkevyyden muotoon. (Autio 2006a: 20, 126.)

Nykylapset ja nuoret suhtautuvat kulutukseen luontevammin kuin heidän vanhempansa. Tämä näkyy esimerkiksi siinä, että lapset uskaltavat nauttia kuluttamisesta tuntematta siitä häpeää. Häpeämättömyyttä voidaan selittää sillä, että lasten ei tarvitse ottaa rahan käytöstään täydellistä vastuuta. Lapsille ja nuorille annetaan lupa kapinoimiseen ja irrotteluun. (Wilska 2001, 69.) Lapsille ja nuorille tuhlaavuus, voi olla keino erottautua vallitsevista säästäväisyyttä korostavista elämänarvoista ja vaadittavien normien mukaisesta käyttäytymisestä. Suomalaisesta kulttuurista kumpuava perinne kohtuullisuudesta rajoittaa lasten ja nuorten liiallista kuluttamista. Myös aikuisten paheksuva suhtautuminen lasten ja nuorten kuluttamiseen hillitsee lasten liiallista kuluttamisesta nauttimista. (Huttunen & Autio 2009, 252–253.)

Ruckenstein (2009, 93–95) on tutkinut esikouluikäisiä lapsia haastatteleamalla lasten käsityksiä rahasta. Lapset näyttävät hahmottavan jo alle kouluikäisinä kulutuskulttuuriin liittyviä jännitteitä. Lapset joutuvat kokemaan mitä merkitsee, kun joutuu tasapainoilemaan kohtuudessa pysymisen ja kuluttamisen halun välillä. Aikuiset opettavat lapsille säästäväisyyttä, kulutuskriittisyyttä ja kohtuullisuutta kulutuskeskeiseen maailmaan orientoitumisen tapoina. Aikuiset haluavat lasten ymmärtävän rahan rajallisuuden, että ”raha ei kasva puusta” ja suhtautuvan rahaa kohtaan järkevästi.

Moniarvoisessa yhteiskunnassa ja kulutusmyönteisessä ajassa suositaan nautintoa ja shop-pailua. Aikuisten lapsiin kohdistamat odotukset ja kulutuskulttuurin välittämät viestit ovat ristiriitaisia. Lapset joutuvat elämään vastakkaisten ajattelumallien ja monitahoisten viestien maailmassa, ja luomaan omanlaisensa suhteen kuluttamista kohtaan. Lasten ja nuorten osalta on huomioitava, että he ovat vasta rakentamassa yksilöllisyyttään ja omia tapojaan suhtautumisessaan kuluttamiseen. (Autio 2006a, 16–17.) Lapset nähdään keskenkasvuina, eikä täysivaltaisina kansalaisina. Lasten asema suhteessa aikuisiin on alisteinen. Edellä esitetyistä seikoista johtuen aikuisten suhtautuminen lasten kuluttamista kohtaan on moraalisoivaa ja ristiriitaista. Lasten keskenkasvuuteen liittyy huoli siitä, miten lapset saataisiin sosiaalistumaan yhteiskunnan jäseniksi ja hyviksi kuluttajiksi. Jokainen sukupolvi uudistaa kulttuuria, luomalla omat kulutuskäytäntönsä. (Autio 2006a, 16–17.) Aikuiset välit-

tävät lapsille tietynlaista ymmärrystä rahasta ja kulutuksesta mutta lapset luovat omia aikuisten näkemyksistä poikkeavia suhtautumistapoja kulutusta kohtaan. Lapsille kuluttaminen näyttäytyy keskinäisenä vertailuna ja sosiaalisten suhteiden lujittamisena (Ruckenstein 2009, 89) sekä keinona luoda käsitystä itsestään ja identiteetistään (Partanen & Lahikainen 2008, 63).

Yksilö rakentaa omaa identiteettiään liittämällä kulutukseen sekä sosiaalisia että kulttuurisia merkityksiä. Kuluttaja voidaan kuvata merkityksiä luovana olentona, joka kykenee rationaaliin valintoihin ja hallitsemaan omaa elämäänsä. Kuluttaminen olisi nähtävä yhtenä sosiaalisen käyttäytymisen alueena ja inhimillisenä toimintana. Kielteisestä suhtautumisesta kuluttamista kohtaan olisi vapauduttava, ja muutettava suhtautumista kuluttamista kohtaan neutraalimmaksi. Kuluttajien valintoihin vaikuttavista tekijöistä tarvittaisiin lisää tietoa, samoin eri kulutusvalinnoista ja kulutuksen eriytymisestä. Toisaalta olisi keskityttävä tarkastelemaan, minkälainen kuluttaminen on haitallista, ja toisaalta kuluttamisen iloista ja hyödyistä olisi myös puhuttava enemmän. (Uusitalo 2004, 15–17.) Lehtosen mukaan kuluttaminen olisi ymmärrettävä yhtä monipuolisena kuin muukin inhimillinen toiminta, eikä nähtävä sitä erityisenä ja muusta elämisestä irrallisena (Lehtonen 1999, 289).

Toisaalta Autio pohtii, voiko kuluttamiseen suhtautua neutraalisti ja tunteettomasti, koska siihen aina liittyy niin vahvoja tunne- ja arvolatauksia (Autio 2006a, 136–137). Lasten kohdalla erityisesti kuluttamiseen on suhtauduttu hyvinkin kielteisesti. Kaupallisuuden pelätään muuttavan lasten arvot ja asenteet materiaalisiksi ja pilaavan lapsuuden viattomuuden. (Wilska 2010, 33.) Toisaalta on esitetty myös kuluttamista puolustavia näkökantoja ja esitetty ettei kaupallisuus välttämättä ole lapselle niin haitallista (Wilska 2010, 48). Seuraavaksi tarkastelen millaisia erilaisia näkökulmia lasten materialistisesta lapsuudesta on esitetty sekä kotimaisessa että kansainvälisessä lasten kuluttamiseen keskittyvässä tutkimuksessa.

2.3 Materiaalistuneen lapsuuden ympärillä käytävä puhe

Materialistisuudella tarkoitetaan sitä, että lapset voivat omaksua ja sisäistää kaupallisen maailman välittämiä viestejä, osaksi omaa elämäänsä ja käyttäytymistään (Kupiainen & Suoranta 2005, 288–291). Nykyisessä maailmassa vallitsevaksi ja hyväksyttäväksi elämäntavaksi on tullut hankkia kuluttamisen avulla sisältöä elämään. Lapsetkin ovat tottuneet

siihen, että jos on rahaa käytettävissä, niin sen avulla on mahdollisuus kokea, nähdä, ostaa ja kuluttaa melkein mitä tahansa. (Suoranta 2010, 321.) Lasten kasvaminen kuluttajaksi alkaa oikeastaan jo heti heidän synnyttyään (Vänskä 2009, 211). Lapsista on tullut yhä suositumpi markkinoiden kohderyhmä ja entistä nuoremmat lapset nähdään kuluttajina ja mahdollisina ostajina. Nuorten osalta markkinointia myös kohdistetaan entistä nuoremmille ikäryhmille. ”Tweeneille” 9–13-vuotiaille lapsille ovat syntyneet omat markkinat. Varhasteineille kaupataan vanhemmille nuorille tarkoitettuja vaatteita ja vapaa-ajan tuotteita. ”Tweeneihin” panostaminen on kannattavaa, koska he kuluttavat mielellään, haluavat ilmaista omaa tyyliään yhä moninaisemmilla tavoilla ja ennen kaikkea, koska he saavat vanhempiaan hankkimaan itselleen haluamiaan tuotteita. (Schor 2004, 55–56.)

Vanhempien halu tuoda esiin lasten kulutuksen kautta omaa statustaan, varakkuuttaan ja makuaan ei Wilskan mukaan ole suomalaisille vanhemmille tärkeää ja kuluttamista ohjaavat rationaaliset perusteet, kuten tavaroiden käytännöllisyys enemmän kuin brändit (Wilska 2005, 91–92). Meilläkin, joitakin viitteitä on kuitenkin huomattavissa vanhempien kohdalla kuluttamisen lisääntyneeseen merkitykseen. Tästä kertovat, esimerkiksi huippumuoti-brändiä edustavat aikuisten liikkeiden yhteyteen perustetut lasten erityisliikkeet ja lasten vaateosastot. Lasten kasvattaminen muotitietoisiksi alkaa jo hyvin varhaisessa vaiheessa ja vanhemmat myös pukevat lapsiaan tietynlaisiin vaatteisiin ilmaistakseen omaa sosiaalista asemaansa. (Vänskä 2009: 211, 222.)

Kriittisessä kasvatuksessa lapsen ja kulutuksen välistä suhdetta tarkastellaan taloudellisten tekijöiden avulla. Lapsen kuvataan olevan markkinoiden manipuloitu uhri ja markkinointikoneisto ja lapsi asetetaan vastakkain. (Wilska 2010, 34.) Kriittisessä pedagogiikassa pohditaan, miten ajankohtaisiin yhteiskunnallisiin kysymyksiin voidaan vaikuttaa. Yhtenä mielenkiinnon kohteena on lasten, kuluttamisen ja populaarikulttuurin väliset suhteet. Lisäksi tarkastellaan, kuinka media ja kulutuskulttuuri vaikuttavat lasten maailmankuvaan, aate-maailmaan ja miten lasten elämismaailmaa määrittävät mainonta ja kulutus. Kriittinen pedagogiikka kuvaa sosiaalista todellisuutta vallan läpäisemänä. Kuvaustapa on negatiivinen ja siinä nähdään vastakkainasettelua ja toisen sortavan toista, kuten esimerkiksi taloudellisen järjestelmän lapsia. Vastakkain asettelun lisäksi mukana on myös toiveikkuutta, joka ilmenee lasten erilaisina elämäntarinoina. (Suoranta 2010, 313–315.) Kriittisessä kasvatuksessa, lapset nähdään taloudellisessa mielessä potentiaalisina kuluttajakansalaisina, markkinointikohteina ja kuluttajaryhmänä (Suoranta 2005, 171).

Lapset halutaan saada kuluttamaan, ja heidän makuaan ja tottumuksiaan muokataan mainonnan avulla, aina kulloisenkin trendin mukaiseksi. Mainonta ujuttautuu kaikille lapsen elämänalueille hyödyntäen lasten kiinnostusten kohteita ja kaupallistaen, jopa lasten kulttuurin taloudellisesti tuottavaksi toiminnaksi. Tärkeintä ei ole mitä tuotetaan, vaan se miten paljon sen avulla saadaan taloudellista hyötyä ja myyntiä aikaan. Lasten mieltymyksillä ja mauilla ja sillä mitä he katselevat, kuluttavat ja käyttävät on eniten merkitystä. Mainonnan tehokkuus perustuu siihen, että sen avulla pystytään manipuloimaan ja vaikuttamaan lasten ostokäyttäytymiseen. Lapsille uskotellaan, että he tekevät valintansa itse, vaikka mainonta ohjaa valintoja tiettyyn suuntaan. (Kupiainen & Suoranta 2005, 288–289.) Brändistä tehdään mainonnan keinoin lapselle niin houkutteleva ja olennainen osa elämäntapaa tai ajatusmaailmaa, ettei hän voi kuvitella elämää ilman sitä (Klein 2001, 23).

Mainostajat saavat lapsia ostamaan tiettyjä mainoksissa esitettyjä tuotteita, vetoamalla siihen, että lapsesta tulee suosittu kavereiden keskuudessa ja lapsen elämä muuttuu onnellisemmaksi ja paremmaksi tuotteen hankinnan jälkeen (Schor 2004, 202–203). Lapset ovat kuluttajina mieluinen kohderyhmä mainostajille, koska he ovat epävarmoja itsestään ja etsivät kuluttamisen avulla identiteettiään. Markkinoijat uskovat täyttävänsä lasten odotuksia ja poistavansa lasten epävarmuuden tuotteidensa ja niiden luomien mielikuvien avulla. Mainonnan avulla brändit muuttuvat osaksi lasten elämän todellisuutta. Lasten halutaan sitoutuvan ja kiinnittymään brändeihin omaksumalla niiden edustama arvomaailma ja tuntemalla mielihyvää tiettyjä merkkejä kohtaan. Brändien tehokkuus ja vetovoima perustuvat siihen, että ne tarjoavat lapsille myönteisiä mielikuvia, elämyksiä ja tarinoita, joihin sisältyy vahvoja tunteita. (Kupiainen & Suoranta 2005: 289–291, 296.)

Wilska on lapsia kuluttajina ja markkinoinnin kohderyhmänä-tutkimushankkeen avulla selvittänyt lasten asenteita kulutusta, markkinointia, tiedotusvälineitä ja mainontaa kohtaan sekä lasten bränditietoisuutta ja vaikutusvaltaa perheen yhteisiin kulutuspäätöksiin ja kuinka paljon perheessä käytetään rahaa lasten menoihin. Tutkimukseen osallistui 385 iältään 10–13-vuotiaasta lasta vuonna 2003. Tutkimusmenetelminä käytettiin kyselyä ja ryhmähaastatteluja. (Wilska 2004, 21.) Vaikka lasten asenteet kuluttamisesta ja mainontaa kohtaan olivat yleisesti ottaen välittömiä ja myönteisiä, niin lapset kertoivat myös rahan ja kuluttamisen kielteisistä puolista. Lapset toivat esiin voimakkaita mielipiteitä mainonnasta ja näkivät sen hyvänä viihteenä. Toisaalta lapset osoittivat myös ymmärtävänsä mainonnan tavoitteita ja suhtautuivat realistisesti ja aidon kriittisesti tuotelupauksiin, joita mainonta esitti. Omia ostopäätöksiään lapset kertoivat tekevänsä enemmän kaverien ja sisarusten suosi-

tusten kuin mainosten perusteella. (Wilska 2004, 26–27.) Chaplin & Roedder-John ovat tutkineet lasten materialististen asenteiden kehittymistä haastattelemalla 8–18-vuotiaita lapsia ja nuoria. Tutkimuksen avulla selvitettiin tuottavatko lapsille ja nuorille onnellisuutta raha, merkkituotteet vai ystävien kanssa oleminen. Tutkijoiden mukaan materialistisuus saa voimansa lasten heikosta itsetunnosta, jota vahvistaakseen lasten on turvauduttava kuluttamiseen. Lasten itsetuntoa vahvistamalla, voidaan vähentää materialistisuutta. (Chaplin & Roedder-John 2007: 480, 482, 491.)

Lasten kuluttamista voidaan tarkastella myös hyvinvoinnin näkökulmasta. Schor on tutkinut survey-tutkimuksella lasten, median ja kulutuskulttuurin välisiä yhteyksiä. Tutkimukseen osallistui 300 amerikkalaista 10–13-vuotiasta lasta. Lasten sosiaaliekonominen ja rodullinen tausta huomioitiin osana tutkimustuloksia. Tutkimuksen kysymykset käsitelivät lasten median käyttöä, kulutusasenteita ja osallistumista kulutuskulttuuriin, suhdetta vanhempiin ja asuinalueiden eroja. Tutkimukseen sisältyi myös fyysisen ja henkisen hyvinvoinnin kuten depression, ahdistuneisuuden ja itsetunnon mittauksia. (Schor 2004, 144.)

Schorin mukaan amerikkalaisessa kulttuurissa voidaan nähdä hyvin selvästi miten kielteisesti kuluttaminen on vaikuttanut lasten elämään. Materialistisuuden ja kaupallisuuden merkitys näkyy lasten elämässä, hänen mukaan esimerkiksi siinä, että lasten elämän tärkeimpänä päämääränä on tulla rikkaiksi ja kuuluisiksi. Huolestuttavana Schor pitää sitä, että lasten elämänarvot ja asenteet ovat muuttuneet individualistisuutta, itsekkyyttä ja materialismia korostaviksi. Materialistisilla ja pinnallisilla elämän asenteilla hän näkee olevan yhteyttä lasten pahaan oloon. Kulutuskeskeisyydelle ja mainonnalle altistuminen näkyvät lasten matalampana itsetuntona ja psykososiaalisina oireina kuten ahdistuksena, masennuksena, syömishäiriöinä, kiusaamisena, levottomuutena ja yleisenä elämän toivottomuutena. Schor on päätenyt tutkimustensa perusteella siihen johtopäätökseen, että kulutuskulttuuriin osallistuminen vaikuttaa kielteisesti lasten hyvinvointiin. Erityisesti tämä näkyy niiden lasten kohdalla, joilla oli myös muita ongelmia elämässään, joiden perustarpeet eivät täytyneet ja jotka elivät turvattomissa oloissa ja köyhissä perheissä. (Schor 2004: 13, 160–175.)

Kuluttamisella on yhteys eriarvoistumisen kehittymiseen yhteiskunnassa. Materialistisuudella ja kuluttamisella on pienituloisen perheen lapselle suurempi merkitys kuin paremmin toimeentulevien perheiden lapsille. Syynä tähän, Wilska näkee ympäristön luomat sosiaaliset paineet, jotka kohdistuvat pienituloisiin perheisiin ja heidän mahdollisuuksiinsa osallis-

tua kuluttamiseen. (Wilska 2004: 26, 29.) Materialistiset asiat ovat keskeisessä asemassa lasten vertaissuhteissa. Lapset uskovat, että heillä on oltava tietynlaiset vaatteet ja uusimmat tuotteet ollakseen suosittuja ja hyväksytyjä kavereiden keskuudessa. (Banerjee & Dittmar 2008: 176, 196.) Epätoivottavana suuntauksena lasten sosiaalisissa suhteissa on kaupallisessa mielessä ajattelu kavereistaan. Lapset voivat arvottaa ja valita kavereitaan kuluttamisen perusteella. (Bauman 2005, 115.) Lapset vaihtavat ja muodostavat ryhmiä niiden kavereiden kanssa, jotka ovat suosituimpia ja joilla on uusimmat merkkituotteet käytössä (Partanen & Lahikainen 2008, 71).

Kuluttaminen voi lisätä paineita ja vertailuja lasten välillä perheiden taloudellisen eriarvoisuuden takia (Sauli, Salmi & Lammi-Taskula 2009, 90). Kuluttamisen voidaan sanoa jakavan lapset rikkaisiin ja köyhiin, sen mukaan millaiset mahdollisuudet heillä on kuluttamiseen (Kupiainen & Suoranta 2005, 302). MLL on tehnyt selvityksen 13–18-vuotiaiden nuorten taloudellisen tilanteen vaikutuksesta heidän arkeensa. Netissä tehtyyn kyselyyn saatiin vastaus 1162 nuorelta. Nuorten mukaan varallisuuteen kiinnitetään huomiota ja jos ei ole varaa ostaa uusia vaatteita, saa siitä kavereilta huomautuksia tai voi jopa joutua kiusatuksi. Vaatteet ja ulkonäkö, elektroniikka, nuoren käyttäytyminen ja vapaa-ajanviettotavat ovat asioita, jotka paljastavat, onko perheellä rahaa vai ei. (Nikkinen 2010: 1, 4.) Varattomien perheiden lapset voivat joutua kohtaamaan osattomuutta ja ryhmään kuulumattomuuden kokemuksia, koska heillä ei ole mahdollisuuksia osallistua kuluttamiseen (Partanen & Lahikainen 2008, 65).

Materialismilla on yhteyttä koettuun heikkoon taloudelliseen asemaan ja tällaisissa perheissä elävät lapset ovat alttiita mainonnan vaikutuksille. (Wilska 2010, 44.) Kanner on todennut psykologian alan tutkimuksensa perusteella että, mainonnassa korostetuilla materialistisilla arvoilla on yhteyttä myös lasten maailmankuvan muuttumiseen pinnallisia arvoja korostavaksi (Kanner 2005, 50). Cookin esittämänä, kuluttajalapsi kuvataan kuluttamisesta kiinnostuneena ja merkkitietoisena persoonana, jonka elämä keskittyy kuluttamisen ympärille. Markkinoiden tarpeeseen tuotetulla kuvalla, ei kuitenkaan ole välttämättä yhtymäkohtia todellisen lapsen elämään. Kuluttajalapsuutta ihainnoimmalla markkinoijat saavat keskiluokkaisia perheitä ostamaan lapselle muotivaatteita ja muita tavaroita, joita lasten uskotaan haluavan ja tarvitsevan saadakseen hyvän lapsuuden. (Cook 2007, 39–42.)

Lehtimäki ja Suoranta (2006a, 349) näkevät lasten osalta huolestuttavana, jos lapsille kuluttamisesta tulee itsensä ja oman ihmisarvonsa määrittelemisen väline. Lapset arvostavat tällöin itseään vain kuluttajina ja tuotteistavat itsensä ja identiteettinsä. Yksilöllisyyden äärimmäisenä ilmentymänä on itsebrändäys, jossa lapsi hakee huomiota ja hyväksyntää kuluttamisen avulla. Kulutuskulttuurissa Oksasen mukaan lapsilla voi olla liian vähän tilaa omien merkitysten tuottamiselle ja keskittymiseen oman elämän kannalta olennaisiin asioihin. Erityisesti hän on huolissaan niistä 11–13-vuotiaista suomalaisista varhaisnuorista, joilla ei ole tukiverkostoa ja turvallisia aikuisia tukemassa heidän kasvuaan ja kyseenalais-tamassa kulutukseen liittyviä ilmiöitä. (Oksanen 2008, 46–54.)

Lapsen ja kuluttamisen suhdetta voi tarkastella myös lapsuuden suojelun näkökulmasta. Kaupallistuneen ja viihteellisen lapsuuden nähdään muuttavan viattoman ja ihanteellisen kuvan lapsuudesta epäaidoksi. (Anttila 2004, 14.) Lapsuuden uhanalaisuudesta ja katoamisesta oli huolissaan myös Postman, jonka mukaan lapsuuden käsitteen merkityksen vähenemisen lisäksi, lapsuuden symboliset tunnuspiirteet menettävät merkitystään (Postman 1985, 147). ”Tweeneihin” kohdistuneeseen markkinointiin liitetään kielteisinä puolina, lapsen liian varhainen aikuistuminen ja lapsuuden, nuoruuden ja aikuisuuden rajojen hämärtyminen. Aikuismaisten tuotteiden kautta, aikuisten maailman uskotaan, tavoittavan lapset entistä varhaisemmassa vaiheessa. Lisäksi markkinoinnissa lapsille haitallisena nähdään, ulkonäköön kohdistuvat paineet, sukupuolten esittäminen stereotyyppisesti ja naisen näkeminen kulutuskohteena. (Wilska 2006, 39–40.)

Kuluttamiseen kuuluu myös symbolinen tuotteiden ja identiteettejä esittävien kuvien kuluttaminen esimerkiksi katumainonnassa ja internetissä. Lapset elävät kuvien täyttämässä visuaalisessa maailmassa. Vänskä on tutkinut, miten lapsuus ilmenee kaupallisissa mainoskuvissa. Kuluttamisen yhteydessä hänen mukaan olisi pohdittava, miten kuvat ja kuluttaminen liittyvät merkitysten tuottamiseen, identiteettien ja kommunikoinnin prosesseihin sekä ihmisten että ihmisten ja kaupallisten yhtiöiden välillä. (Vänskä 2009: 210, 220, 224.)

Lapset saavat mainoskuvista ja lööpeistä vaikutteita omaan elämäänsä ja elämäntapaansa. Näre näkee julkisuuden intimisoituneen, jolla hän tarkoittaa lasten ja nuorten maailmaan tunkeutuneen pornografian ja väkivallan hämärtäneen julkisen ja yksityisen rajan ja altistavan lapsia haavoittumiselle ja häiritsevän lasten seksuaalista kasvurauhaa. (Näre 2008: 37, 42.) Lasten kuluttamisen suhteen kasvattajien kannattaa olla huolissaan esimerkiksi tyttö-

jen vaatetuksen ylivahvan seksuaalisuuden korostamisessa. Liiallinen ulkonäön ja kauneusihanteiden merkityksen korostaminen, voi johtaa sosiaaliseen paineeseen ja oman ruumiin muokkaamiseen ihanteiden mukaisesti. Pojille yltiöseksikkyyys voi luoda vääränlaisia toimintamalleja ja ajattelutapoja tyttöihin suhtautumisessa. (Lehtinen & Suoranta 2006a, 348.)

Taloudellisen sosialisoinnin näkökulma kiinnittää huomiota ja tarkastelee lasten, kulutuksen ja materiaallisen kulttuurin välistä suhdetta. Lapsi kasvaa kuluttajaksi monien eri tekijöiden kuten vanhempien, kavereiden, mainonnan, median, kaupan, ajankäytön ja tuotemerkkien vaikutuksessa. (Wilska 2010, 33.) Wilska on tutkinut 11–17-vuotiaiden lasten ja nuorten taloudellisia asenteita sosiaalistavien tekijöiden näkökulmasta. Tutkimusaineistona hän on käyttänyt vuonna 2006 sähköisesti kerättyä kyselyaineistoa ”Huolenpitoa ja jakamista”- Rahan ja ajan jakautuminen lapsiperheissä. Kyselyyn osallistuivat kahden huoltajan lapsiperheet, joilla on ainakin yksi 11–17-vuotias lapsi. Vastauksia kysymyksiin kerättiin sekä vanhemmilta että lapsilta. Lopullinen näyte koostuu 500 kahden huoltajan lapsiperheestä. Kyselylomakkeen täyttivät 833 aikuista ja 402 lasta. Kysymykset käsittelivät rahaan, kulutukseen ja ajankäyttöön liittyviä asioita. (Wilska 2010, 33.)

Tutkimustulokset osoittavat, että vanhemmilla on eniten vaikutusta lasten kulutuspäätöksiin. Seuraavaksi tärkeimmät lasten kuluttamiseen vaikuttavat sosiaalistajat olivat kaverit ja mainonta. Useimmat lapset kommunikoivat vanhempiensa kanssa rahan käytöstä ja vanhemmat neuvoivat lapsiaan kulutukseen liittyvissä asioissa. Lasten keskuudessa oli yleistä itsensä kokeminen säästäväiseksi. Lapsista 20 % ajatteli ostamisen auttavan, jos on paha mieli ja yli 30 % uskoi olevansa onnellisempi, jos perheellä olisi paljon enemmän rahaa. (Wilska 2010, 37–40.)

Wilska puolustaa näkemyksissään kaupallisuutta osana lasten elämää. Kulutus ja lapsuus kuuluvat hänen mukaan yhteen, eikä niitä voi tarkastella erikseen nykyisessä ajassa eletessä. Wilska kritisoi sitä, että lapsia tarkastellaan liian yksilöllisesti ja nähdään vain yhtenä ryhmänä ja markkinoinnin kohteina. Lasten ja kuluttamisen yhteyttä tarkasteltaessa olisi hänen mukaan enemmän kiinnitettävä huomiota lasten yksilöllisyyteen ja heidän erilaisuutensa sukupuolen, iän, ajankäytön, kulttuurisen ja sosiaalisen taustan suhteen. Wilska kehottaa muistamaan, että markkinointia ja mainostamista enemmän, jopa teini-ikäistenkin kulutuspäätöksiin, vaikuttavat heidän vanhempiensa asenteet ja käyttäytyminen kuluttamista kohtaan. Vanhempien onkin turha saarnata lapselleen merkkituotteiden, viihdeteknolo-

gian tai makeisten turhuudesta ja vahingollisuudesta, jos vanhempi itse on niiden suurkuluttaja. Vanhempien tehtävänä on neuvoa lapsiaan rahaan ja kulutukseen liittyvissä asioissa ja keskustella lastensa kanssa rahankäyttöön liittyvistä asioista. (Wilska 2008: 35–40, 91.)

Brusdal ja Lavik ovat tutkineet miten kuluttaminen vaikuttaa lasten vapaa-ajan toimintoihin ja vertaissuhteisiin. He tekivät aiheesta survey-kyselyn 12 000 norjalaiselle 13–19-vuotiaalle lapselle ja nuorelle. Tutkimuksen mukaan shoppailu kuuluu useimpien lasten ja nuorten jokapäiväiseen elämään. Lasten vapaa-aikaan kuuluu myös paljon muita aktiviteetteja. Shoppailu on sosiaalisen elämän toteuttamista ja ajan viettämistä kavereiden kanssa ostamisen lisäksi. Shoppailu on sukupuolittunut, siten että tytöt shoppailevat poikia useammin ja käyttävät enemmän rahaa vaatteisiin. Kavereiden kanssa kahviloissa ja ostoksilla käyvät lapset kuluttavat enemmän rahaa, eivätkä ole niin kiinnostuneita koulusta. Toisaalta on myös lapsia, jotka viihtyvät enemmän kotona ja ovat kiinnostuneita koulusta, urheilusta ja perheestään kuluttamista enemmän. (Brusdal & Lavik 2007: 396, 404–405.)

Lasten kulutusasenteisiin vaikuttavat perheen sisäinen kommunikaatio raha-asioissa ja vanhempien antama kuluttajakasvatus. Materiaalisten asenteiden kehittymiseen vaikuttaa, miten avoimesti lapset ja vanhemmat voivat puhua raha-asioista ja kuluttamisesta. Vanhempien rajojen asettaminen lasten kulutusta kohtaan vähentää lasten materiaalisia asenteita kuluttamiseen. (Raijas & Wilska 2007, 28–29; Raijas & Wilska 2008, 245–246.) Vertaisryhmällä ja vanhemmilla on vaikutusta myös lasten materiaalisten arvojen kehittymiseen mainontaa ja mediaa enemmän (Buckingham 2000, 152). Kaupallistuneeseen lapsuuteen keskittyvä tutkimus on valtaosaltaan amerikkalaisten lasten ja nuorten keskuudessa toteutettua ja tästä johtuen sen soveltaminen Suomeen kriittikittävästi on arveluttavaa. Tarkastelussa olisi huomioitava kulutuskulttuurien erilaisuus. Suomessa on melko nuori kulutuskulttuuri, johon vaikuttaa vahva protestanttinen etiikka. (Wilska 2008, 36.)

Tätä taustaa vasten tarkasteltuna lasten asenteet kuluttamista kohtaan ovat Suomessa maltillisia, eikä lasten kohdalla ole aihetta paniikkeihin. Wilska korostaa sitä, että kuluttaminen olisi mielletävä tavallisena elämään kuuluvana asiana, eikä siihen kannata liittää liikaa moralisointia ja kieltämistä. (Wilska 2005, 91–92.) Kriittiset ja erilaiset näkökulmat ja valalla olevien uskomusten purkaminen ja niiden toisin näkeminen herättävät uudenlaisia ajatuksia ja mahdollistavat vaihtoehtoisten näkökulmien syntymisen (Suoranta 2003, 16–17). Lasten kuluttaminen on aihe, josta tarvitaan monenlaisia näkökulmia, koska kuluttamisen etujen lisäksi sillä voi olla myös haitallisia vaikutuksia lasten elämään. Seuraavaksi

tarkastelen miten kasvatuksen avulla voitaisiin vastata kulutuskulttuurin ja markkinoiden asettamiin haasteisiin lasten tasapainoisen kehityksen ja maailmankuvan rakentumisen kannalta.

2.4 Kasvatus kaupallisuuden vastavoimana

Postmodernissa ajassa elämme riskiyhteiskunnassa ja arvomurroksessa. Lasten kohdalla kasvattajat joutuvat miettimään millaisten kasvatusarvojen pohjalta he toimivat. Nykyajan lasten kulttuurinen ja yhteiskunnallinen todellisuus visuaalisine medioiden, kaupallisuuden ja brändien täyttämine maailmoineen on hyvin erilainen elinympäristö verrattuna aikaisempien sukupolvien elämään. Kasvatuksen arvojen pohtiminen vaatiikin ymmärrystä siitä, millaisessa ajassa lapset elävät ja mitä se merkitsee heidän identiteettinsä rakentamisen kannalta. (Helve 2010, 304–305.) Lasten kanssa toimivien aikuisten on tärkeää ymmärtää, niitä tekijöitä ja olosuhteita, joissa lapset elävät, lasten elämän todellisuutta (Suoranta 2010, 93). Lasten tasapainoisen ja terveen kasvun tukeminen ja lasten kasvua haittaavien tekijöiden tunnistaminen ovat tulleet entistä tärkeämmiksi kasvatuksessa huomioitaviksi tekijöiksi talouden ja markkinoiden ehtoja toteuttavassa epävarmassa, pirstaleisessa ja jatkuvasti muuttuvassa maailmassa (Hämäläinen 2007, 434–438).

Suoranta puhuu siitä, miten median ja kulutuksen yhteydessä riippuvuuksien, sairauksien ja suorien vaikutusten ohella tarkastelun kohteeksi on otettava myös yhteiskunnalliset tekijät. Mediaa ja kuluttamista olisi tarkasteltava maailmankuvan merkityksen ja elämäntaidollisten ongelmien näkökulmasta. (Suoranta 2003, 80.) Lasten maailmankuvan muodostamisella tarkoitetaan maailman jäsentämistä ja käsitysten muodostamista elämästä, ihmisestä, sukupuolisuudesta, moraalista ja yhteiskunnassa vallitsevista arvoista, tavoista ja kulttuurista (Hämäläinen 2010, 176).

Mihin lapsia kasvatetaan ja mitä ideologioita heidän halutaan omaksuvan herättää monenlaisia kysymyksiä nykyisessä yhteiskunnassa (Suoranta 2003: 15, 53). Kasvattajat joutuvat pohtimaan mikä on kuluttamisen, mainonnan ja kaupallisuuden merkitys hyvän elämän kannalta ja millaisiksi tämän ajan lasten maailmankuvat, arvot ja asenteet muodostuvat. Lasten kohdalla, jotka ovat tottuneet kuluttamaan rahaa ja saamaan kaiken haluamansa, on kiinnitettävä huomiota, miten heidän elämänorientaationsa muodostuvat ja mitä asioita he pitävät elämässään tärkeinä ja merkityksellisinä. (Salasuo & Hoikkala 2010, 150–155.)

Kasvatus osoittautuu vaikeaksi tehtäväksi, koska ei tiedetä mitä hyvä kasvatus on ja miten se suhteutetaan lasten elämään media- ja kulutuskulttuurissa (Salasuo & Hoikkala 2010, 152). Kasvatuksessa joudutaan entistä enemmän ottamaan kantaa lasten kuluttamiseen liittyviin asioihin. Tärkeäksi nähdään, että lapsille esitettäisiin mediakulttuurin kulutusluonnetta ja opetettaisiin arvioimaan sitä kriittisesti erilaisia vaihtoehtoja ja merkityksiä pohtimalla. (Suoranta 2010, 332.)

Kuluttaja nähdään yhteiskunnallisena toimijana, joka täyttää kuluttamisen avulla yksilöllisiä tarpeita ja toiveitaan. Tämän lisäksi kuluttaja käyttää myös taloudellista vaikutusvaltaa kulutus päätöksiä tehdessään. (Nivala 2008: 5, 264.) Sosiaalipedagogiikan tavoitteena on yksilön ja yhteiskunnan suhteen kehittymisen ja yksilön kehityksen tukemisen tarkasteleminen. Lapset tarvitsevat yhteiskunnan jäseneksi kasvamisessaan ja oman paikkansa löytämiseksi kasvatuksellista ohjaamista (Nivala 2007, 78), jotta he kehittyisivät itsenäiseen toimintaan kykeneviksi subjekteiksi, joilla on tarvittavat tiedot, taidot, asenteet ja sosiaaliset kompetenssit yhteiskunnassa toimimiseen. Lapset vaativat suojelua ulkoisten tekijöiden kuten yhteiskunnan, talouden ja eri ideologioiden vaatimusten paineessa elämisessä. (Niemi 2011, 48.)

Sosiaalipedagogisessa kansalaiskasvatuksessa yhtenä nuoruuteen liittyvänä kehitystehtävänä on taloudelliseen toimintajärjestelmään ja kulutusmarkkinoille kiinnittyminen ja taloudellisesti vastuulliseksi kansalaiseksi kehittyminen (Nivala 2007, 94). Lapset rakentavat identiteettiänsä kulttuurisen, sosiaalisen ja yhteisöllisen toiminnan kautta luomalla elämäntapojaan ja kulttuurisia merkityksiään. Talouden käytännöt luovat lasten elämälle reunaehdot ja mainontaan ja kulutukseen liittyvinä yllykkeinä. Taloudellisen voiton tavoittelun sijasta, lasten elämässä olisi korostettava yhteisen hyvän tavoittelemista. (Suoranta 2010, 315.) Autonomiseksi, vastuuntuntoiseksi ja omaa järkeään käyttäväksi ihmiseksi kasvaminen, vaatii harkinta- ja arvostelukyvyn vahvistamista ja kehittämistä kasvatuksen avulla (Hämäläinen 2010, 178).

Uusliberalistisessa ajattelussa yksilöä, menestymistä ja kilpailua pidetään tärkeinä. Yksilöä ei kuitenkaan pidetä arvokkaana omana itsenään, vaan määrämuotoisena vaihdettavana ja mitattavana tavarana, jota arvioidaan ja vertaillaan. (Suoranta 2003, 35.) Lasten elämässä epätoivottuja ovat materialistiset asenteet ja kaiken mittaaminen rahalla (Kupiainen & Suoranta 2005, 302). Viihdeteollisuuden ja mainonnan tarkoituksena on saada asiat näyttämään tietynlaisilta ja saada lapset uskomaan niihin. Media- ja kulutuskulttuuri voivat tuot-

taa kulttuurisia merkityksiä, jotka ohjaavat lasten kasvua hyvän elämän kannalta väärään suuntaan ja epätoivottuihin ihanteisiin. (Suoranta 2003, 91.) Tämä voi ilmetä esimerkiksi elämän tarkoituksellisuuden kokemisena kuluttamisen avulla ja hyväksynnän hakemisena sen avulla mitä omistaa (Skinnari 2004, 190).

Lapsia tulisi opettaa kyseenalaistamaan ja suhtautumaan kriittisesti kulutus- ja mediakulttuurin välittämiin merkityksiin. Tärkeää on pohtia, mitä ihminen elämässään välttämättä tarvitsee ja mitä ei. Suorannan mukaan lasten kulttuurista ja sen merkityksistä kiinnostuminen auttaisi ymmärtämään lasten elämän todellisuutta. Koulussa olisi opetettava taitoja, joilla on lapsille todellista käyttöarvoa myös koulun ulkopuolella. Koulun antaman kasvatuksen ongelmaksi jatkuvasti muuttuvassa yhteiskunnassa muodostuu, mitä siellä jätetään lapsille opettamatta. (Suoranta 2003: 161, 188, 204.)

Kodin, koulun ja muiden kasvatusinstituutioiden ohella lapset saavat vaikutteita ja aineksia kasvamiseensa myös vapaa-ajasta ja mediasta (Suoranta 2003, 181). Lasten elämismaailmassa erilaisten kokemusten tärkeys ei määrity yhteiskunnallisten arvostusten kautta, vaan sen mukaan miten lapset tai nuoret itse arvostavat tiettyjä taitoja. Koulun ulkopuolisissa oppimisympäristöissä nykylapset oppivat elämänhallinnan taitoja arkielämässä. (Penttinen 2010: 266, 272.) Näistä koulun ulkopuolisista paikoista muodostuu kasvun, oppimisen ja maailman kokemuksen luonnollisia paikkoja, jotka ovat itsessään kasvattavia, eikä niiden merkityksiä tarvitse tietoisesti pohtia tai opiskella. Ne ovat sosiaalisesti palkitsevia, koska niissä toimitaan yhdessä kavereiden kanssa. Informaalit oppimisympäristöt tarjoavat henkilökohtaisesti elämyksellisiä kokemuksia, kuten mielihyvää, aistimellisuutta, hetkellisyyttä ja kehollisuutta. (Suoranta 2003: 148, 181.)

Lapset osoittavat kiinnostusta niitä asioita kohtaan, joilla on heille oman kasvamisen kannalta merkitystä ja jotka he kokevat mielenkiintoisiksi (Ziehe 1999, 202). Kouluun verrattuna arjen oppimisympäristöt, tarjoavat monipuolisempia mahdollisuuksia identiteetin rakentamiseen. Koulussa joudutaan kamppailemaan opettavien asiasisältöjen uskottavuuden, itsestänselvyyden ja koskettavuuden kanssa. (Aittola 2000, 175–176.) Koska koulu ei pysty vastaamaan lasten välittömiin mielihyvän tarpeisiin (Ziehe 1999, 152) niin merkityksellisen oppimisen paikan on vallannut informaalinen lasten ja nuorten oma kulttuuri. (Sallasuo & Hoikkala 2010, 153.)

Kasvatuksen ja koulun tehtävänä on luoda yhteyksiä lasten kokemus-, elämis- ja koulu- maailman välille (Aittola 2010, 347). Media- ja kulutuskulttuurin uskotaan estävän oppi-

misen ja uhkaavan koulun muodollista ja vakavasti otettavaa perinnettä. Koulussa nähdään ongelmallisena, että koululla ei ole yhteyttä lasten vapaa-aikaan ja media- ja kulutuskulttuuriin. Lasten omaan kulttuuriin ja kiinnostuksen kohteisiin olisi koulussa suhtauduttava avoimesti ja lapset olisi nähtävä kokonaisina persoonallisuuksina, eikä vain oppilaina ja opetuksen kohteina. Nykykoulun olisi käytävä vuoropuheluun erilaisten lasten oppimisympäristöjen kanssa, eikä turhaan pelätä mediaan ja konsumerismiin liittyviä ilmiöitä. Vuoropuhelun synnyttäminen ei kuitenkaan ole osoittautunut helpoksi ja sen on todettu vaativan myös uusien oppimisen tapojen kehittämistä. (Pohjola & Johnsson 2009, 103–109.)

Uutta lähestymistapaa nykyajan ilmiöihin ja ympäröivää yhteiskuntaa kohtaan tarjoaa media- ja kulutuskasvatus (Kupiainen & Sintonen 2009, 10–11). Lapsille voidaan sen avulla osoittaa, miten monella tavalla todellisuutta on mahdollista tulkita ja kyseenalaistaa itseltään selvyyksinä pidettäviä asioita. Sen avulla myös lasten kulttuuria ja sen monimuotoisia merkityksiä on mahdollista tarkastella yhdessä lasten kanssa. Suoranta näkee koulun vastakkaisena maailmana media- ja kulutuskulttuurille. Koulussa kunnioittamiselle, oikeudenmukaisuudelle, välittämislle ja epäkaupallisuudelle on mahdollisuus antaa tilaa. (Suoranta 2003: 59, 160–161.) Kulutuskulttuurissa tarvitaan monia erityistietoja- ja taitoja mutta myös kykyä nähdä asiat merkityksellisinä sekä toimia ihmisarvoja ja luonnon arvoja kunnioittaen (Skinnari 2004, 193).

Kaiken kasvatuksen ja opetuksen tärkein tehtävä on lasten itsetunnon ja minäkuvan vahvistaminen. Lapset tarvitsevat onnistumisen kokemuksia, hyväksyntää ja mahdollisuuksia ilmaista tunteitaan. Jokaisen lapsen tulisi saada kokea itsensä arvokkaaksi. (Kallioniemi 2010, 133–143.) Lasten ainutlaatuisuuden ja arvokkuuden korostaminen auttaa lasta kehittymään omaksi persoonakseen. Lapsi ei kehity persoonaksi kuitenkaan itsekseen, vaan vuorovaikutuksessa toisten aikuisten ja lasten kanssa yhteisössä. (Kurki 2006, 131.) Eläminen uusliberalistisessa markkinoituneessa yhteiskunnassa vaatii kasvatuksellisia ratkaisuja. Kurki näkee kasvatuksellisen ja sosiaalisen työn perimmäisenä ja keskeisimpänä tehtävänä ihmisen tukemisen kasvamaan sekä kehittymään ja sopeutumaan hallitsemaan muutoksia ja muuttamaan maailmaa inhimillisemmäksi ja paremmaksi paikaksi. (Kurki 2006, 118.) Kasvatuksen avulla on mahdollisuus tarjota kaupallisuudelle ja markkinoitumiselle vaihtoehtoisia arvoja lasten elämänohjeiksi osoittamalla yhteisöllisyyden, toisista välittämisen ja solidaarisuuden merkitystä elämässä (Suoranta 2010, 93).

Lasten kuluttamisen yhteydessä on tärkeää pohtia myös miten lapsen sukupuoli vaikuttaa hänen kulutuskäyttäytymiseensä, mahdollisuuksiinsa osallistua perheen kulutuspäätöksiin ja lapsen näkemyksiin itsestään kuluttajana. Seuraavaksi siirrynkkin tarkastelemaan tähän liittyviä kysymyksiä.

2.5 Tyttöjen ja poikien kuluttamisen väliset erot

Lasten kulutusta sukupuolinäkökulmasta, kuten lapsia taloudellisina toimijoina ja kuluttajinakin on Suomessa tutkittu vähän. Yleisenä käsityksenä pidetään sitä, että naiset ja tytöt lankeavat heräteostoksiin helpommin kuin harkitumpia ja järkevämpiä ostoksia tekevät pojat ja miehet. (Wilska 2001, 67.) Tytöille ja pojille annetaan eri tavoin vaikutusvaltaa perheen yhteisissä kulutuspäätöksissä. (Raijas & Wilska 2007, 29). Vanhempien antamat kuluttamisen mallit, kulutusasenteet, suhtautuminen tyttöjen ja poikien raha- ja ostopyyntöihin ja mielipiteiden huomioon ottaminen perheen yhteisiä ostopäätöksiä tehtäessä välittyvät lapsille ja vaikuttavat lasten kuluttajaksi kasvamiseen (Wilska 2010, 120).

Tyttöjen ja poikien kulutuksen kohteet alkavat erota toisistaan jo alle kouluikäisinä ja selkeämmin erot näkyvät alakouluikäisillä tytöillä ja pojilla. Sukupuolittuneet käsitykset näkyvät tyttöjen ja poikien omina juttuina, leluina ja tavaroina Tyttöjen ja poikien kulutus on rakenteeltaan erilaista 7–12-vuotiaana, vaikka kulutuksen määrässä ei olekaan havaittavissa eroa. Sukupuolten väliset erot ovat perinteisiä. Tytöt kuluttavat jo kouluiässä enemmän vaatteisiin kun poikien kulutus keskittyy vapaa-ajan menoihin. (Wilska 2006, 29–30.) Lapset rakentavat sukupuoli-identiteettiään tietynlaisen kulutuksen avulla, joka on nykylapsille normaali ilmiö, ja jonka moralisointi on ainakin osittain turhaa. Tyttöjen kulutukseen kohdistunutta kaksinaismoralismia voidaan pitää huolestuttavana. Se ilmenee esimerkiksi markkinoinnissa nuorten tyttöjen ulkonäön korostamisena ja tyttöjen syyllistämisenä ulkonäkökeskeisestä ”hömppäkulutuksesta”. Ongelmallista on myös sukupuolten taloudellisen epätasa-arvon kehittyminen ja siihen tottuminen jo lapsena. Vanhempien on vaikeaa tiedostaa tätä ongelmaa ja vaikuttaa sen poistamiseen. (Wilska 2010, 136–137.)

Sukupuolen vaikutusta lasten taloudelliseen vaikutusvaltaan ei ole tutkittu kovinkaan paljon. Tyttöjen ja poikien odotetaan sosiaalistuvan mies- ja naiskuluttajiksi. Lasten mahdollisuuksissa osallistua perheen kulutuspäätöksiin näkyvät melko perinteiset sukupuoliroolit.

Tämä ilmenee suhtautumistavoissa tyttöihin ja poikiin taloudellisina toimijoina ja kuluttajina. Lapsiin kuluttajina liitetään stereotypioita mies- ja naiskuluttajista. Tämä näkyy esimerkiksi tyttöjen ja naisten kulutustarpeiden vähättelynä, joka saattaa johtua naisten toisarvoisesta asemasta kuluttajina. Toisaalta markkinoijat kuitenkin uskovat naisten yhä suurempaan taloudelliseen päätösvaltaan kodeissa. Naiset hoitavat suurimman osan perheen arkipäivän ostoksista. Lisäksi naiset käyvät enemmän ostoksilla, vaikka miehet päättävätkin isommista ja teknisistä hankinnoista. (Wilska 2006,27; Raijas & Wilska 2007, 30–32.)

Kuluttajiksi sosiaalistumisessa on huomiota kiinnitettävä tyttöjen ja poikien saamiin käytörahoihin. Aikaisempien tutkimusten perusteella voidaan todeta, että teini-ikäisillä pojilla on omaa rahaa käytettävänä selvästi enemmän kuin tytöillä, vaikka perheiden kokonaiskulutuksessa erot sukupuolten välillä ovat pienet. Varhaisteini- ja teini-ikäisten tyttöjen ja poikien kohdalla erot vaihtelevat jonkin verran. Vaihteluun vaikuttavat lasten iän lisäksi, myös se onko asiaa kysytty lapsilta vai vanhemmilta. (Wilska 2010, 123.) Vuoden 2006 ”Caring and sharing?”-tutkimuksen mukaan 11–13-vuotiailla tytöillä ja pojilla oli omaa käyttörahaa suunnilleen saman verran eli noin kuusi euroa viikossa. Vaikka viikko- ja kuukausirahaa ei anneta pojille kovinkaan paljon enemmän kuin tytöille, niin kuitenkin poikien oman rahan kokonaismäärä lisääntyy iän myötä nopeammin kuin tytöillä. Tämä johtuu siitä, että poikia rohkaistaan aikaisemmin oman rahan ansaitsemiseen ja heille annetaan lahjoiksi ja palkkioina rahaa. Lisäksi poikia hemmotellaan rahalla tyttöjä enemmän ja vanhemmat suostuvat helpommin poikien ostopyyntöihin. Poikia pidetään perheissä itsenäisinä kuluttajina nuorempina kuin tyttöjä. (Wilska 2006, 30–31; Wilska 2010, 124–125.)

”Lapset kuluttajina ja markkinoinnin kohderyhmänä”-tutkimuksen mukaan 10–13-vuotiaat pojat eivät kokeneet shoppailua ja kaupoissa kiertelyä yhtä mukavaksi ajanvietteeksi kuin tytöt. Vertailtaessa poikien ja tyttöjen asenteita kulutukseen useissa tutkimuksissa näkyivät poikien laatu-tietoisuus ja tyttöjen hinta- ja tyyli-tietoisuus. Pojat lähtevät ostoksille, kun he tarvitsevat erityisiä hankintoja, eivät pelkästään katselemaan. Pojille tyypillistä ostoskäyttäytymistä on, että he ostavat harvemmin, kalliimpia ja laadukkaampia tuotteita ja osoittavat kiinnostusta brändituotteita kohtaan. Poikia pidetään bränditietoisempina ja materialistisempina kuin tyttöjä. Pojilla voi olla tyttöjä suurempi tarve statuskulutukseen ja kuluttamisensa esiintuomiseen. Tytöt ostavat tuotteita useammin ja heille on tuotteita ostettaessa brändejä tärkeämpiä asioita tyyli, edullinen hinta ja ulkonäkö. Tämän ajatellaan johtuvan siitä, että tytöt kehittyvät, löytävät tyyliinsä, ovat itsenäisempiä ja varmempia ostajia kuin pojat, jolloin heidän ei tarvitse turvautua ostamaan brändituotteita. (Wilska 2006, 36–38.)

Sosiaalisuus on poikien ja tyttöjen kulutuksen selkein ero. Gunterin & Furnhamin (1998, 31) mukaan tytöille ostoksilla käyminen on yhteisöllistä toimintaa ja ystävät, idolit, vanhemmat ja sisarukset vaikuttavat jonkin verran enemmän tyttöjen kuin poikien kulutuspäätöksiin. (Wilska 2006, 32.) Tytöille ostotapahtuma ja ostoksilla käyminen on tyydyttävämpää kuin pojille, joille omistaminen ja raha ovat tärkeämpiä. Vaikka tyttöjä pidetään shop-pailijoina, nähdään taloudellisten asioiden olevan pojille tyttöjä tärkeämpiä. (Wilska 2006, 39.) Poikien kulutukseen on alettu kiinnittää enemmän huomiota ja ulkonäköön kuluttamisesta on tullut tärkeää pojillekin, joka näkyy vaatteiden ja kosmetiikan kulutuksen lisääntymisenä (Wilska 2001, 40). Nuorten välillä sukupuolierot kulutuksessa ovat tasoittumassa, mutta on epätodennäköistä, että ne olisivat katoamassa kokonaan (Wilska 2010, 132). Markkinoinnin uskotaan kasvavan sekä tyttöjen että poikien kohdalla entisestään. Mielenkiintoiseksi kysymykseksi nousee, mitkä ovat ne kuluttamisen tyylit ja minkä tuotteiden avulla lapset rakentavat omaa mies- ja naiskuvaansa. (Wilska 2006, 39–40.)

3 TUTKIMUKSEN TAVOITTEET JA TEHTÄVÄT

3.1 Taustaa tutkimukselle

Tutkimukseni tausta-ajattelun selventämiseksi esittelen seuraavaksi lasten kuluttamisesta tehtyjen aikaisempien tutkimusten avulla, miksi aiheen tutkiminen nähdään tarpeellisena ja millaisista näkökulmista aihetta on lähestytty.

Lapsia käsitellään entistä nuorempina itsenäisinä kuluttajina ja heille markkinoidaan tuotteita. Raha ja kulutus ovat keskeisessä osassa lasten ja nuorten elämässä ja siksi niihin on kiinnitettävä huomiota myös tutkimuksen keinoin. Lasten kulutuksesta on tietoa lapsiperheiden kulutusta selvittävissä tutkimuksissa, tilastoissa ja tulo- ja varallisuus sekä kulutus- ja ajankäyttö-tutkimuksissa. Ne tarjoavat hyvän yleiskuvan kulutuksesta kotitaloudessa mutta ne eivät kerro lasten- ja nuorten elintasosta. Lasten kulutuksen merkitykset eivät määrällisissä aineistoissa tule esille. Tärkeää olisikin tietää, miten lapset itse käsittelevät ja ymmärtävät kulutusta. Lasten kuluttaminen herättää kysymyksen onko kulutus oikeasti tärkeää lapsille vai opetetaanko heitä siihen. Tutkimuksessa tulisi selvittää lasten ja nuorten kokemuksia, ilmiön selvittämiseksi ja ymmärtämiseksi. (Raijas, Lehtinen & Varjonen 2009, 24.)

Lasten kuluttamisen tutkimusta voidaan perustella sillä, että aihetta tutkimalla pystytään paremmin ymmärtämään kaupallisuutta osana lasten kasvuympäristöä ja lasten roolia taloudellisina subjekteina ja kulutuskäytäntöjen luojina. On myös kiinnitettävä huomiota siihen, miten lasten rooli kuluttajina on kasvanut sekä perheissä että yhteiskunnallisesti. Tästä syystä lasten kuluttajuudesta ja sosiaalistumisesta kuluttajaksi tarvitaan lisää tietoa. (Wilska 2008, 34.)

Lasten roolista itsenäisinä kuluttajina ja taloudellisten päätösten tekijöinä tiedetään kuitenkin vähän ja siitä miten lapsella on vaikutus- ja päätösvaltaa kotitalouden yhteisiin ostopäätöksiin ja itselleen ostettaviin tavaroihin ja palveluihin. Lasten ja nuorten lisääntyneeseen vaikutusvaltaan perheen ostopäätöksissä on haettu syitä, asenteiden ja elämäntapojen muutoksista ja materiaalisista mahdollisuuksista tarjota lapselle mahdollisimman hyvä lapsuus. Lapsilla on vaikutusta vapaa-ajan kulutukseen yhä enemmän. Lasten merkitystä perheiden kulutuspäätöksissä ei pidä vähätellä. Useimmissa lapsen kuluttamista tutkivissa tutkimuk-

sisä on keskittynyt lapsen ja markkinavaimien suhteeseen ja jätetty huomioimatta lapsen ja vanhempien välisiä vuorovaikutussuhteita tai perheen taloudellista ja sosioekonomista asemaa. Individualistisessa kulutusyhteiskunnassa myös kulutus on eriytynyt ja samassakin perheessä voi olla hyvin erilaisia kuluttajia, siksi on hyödytöntä tarkastella perheitä homogeneenisina kulutusyksikköinä. (Raijas & Wilska 2008, 249.)

Lapsuuden kaupallistumista ja materialistisuutta on myös selvitetty vähän tutkimusten avulla. Tehtyjen tutkimusten perusteella voidaan todeta että, lasten kulutusasetteet ovat melko säästäväisiä mutta materiaalisiakin asenteita esiintyy. Vanhempien iällä, koulutuksella, ammatilla tai asuinalueella ei tutkimuksien mukaan ollut vaikutusta lasten materialistisuuteen. Myös lapsen iän ja sukupuolen merkitys oli vähäinen. Lasten vaikutusvalta on sukupuolittunutta siten, että tytöt vaikuttavat ”naisellisiin” ja pojat ”miehisiin” kulutuskoh-teisiin. (Raijas & Wilska 2008, 261–262.)

Aikaisempien lasten kuluttamisesta tehtyjen tutkimusten perusteella voidaan sanoa että, lasten ja vanhempien välinen kommunikointi talousasioista vähentää materialistisia kulutusasetteita, samoin kuin lapsen kokemus hyvästä taloudellisesta tilanteesta ja kriittisyys mainontaa kohtaan. Kaupallinen lapsuus ei välttämättä tarkoita materialististen arvojen pilaamaa lapsuutta. Erityisesti, jos lasten asenteita ohjataan toivottuihin kulutuskäytäntöihin ja osoitetaan kiinnostusta heidän kuluttamiseensa. (Wilska 2008, 48.) Lasten kuluttamiseen kannattaa kuitenkin kiinnittää huomiota, koska ei tiedetä millainen lapsen asema kuluttajana on nykyisessä mediayhteiskunnassa ja kulutuskulttuurissa. Nähdäänkö lapset tasavertaisina kuluttajina aikuisten rinnalla esimerkiksi markkinoinnissa? (Autio 2004, 36–37.)

Cookin mukaan elämämme on niin kulutuksen ympäröimää, että ei ole mahdollista, että joku voisi elää elämäänsä ilman minkäänlaista suhdetta kuluttamiseen. Lapset tulisi huomioida ja heidän suhdettaan kulutukseen olisi arvioitava yhtä vakavasti kuin muunkin ikäisten ihmisten. Lapsuuden eri ilmenemismuodoista tulisi olla kiinnostunut. Lapsiin ei kannata suhtautua vain suojeltavina, vaan heidät on nähtävä oman elämänsä subjekteina ja toimijoina, joilla on annettavaa myös tutkimuksen alueilla. (Cook 2008, 235–237.) Aiheen tutkiminen koetaan tarpeellisena lasten näkökulmasta kuten edellisistä tutkimuksista voi nähdä. Seuraavaksi siirryn tarkastelemaan mihin asioihin lasten kuluttamisessa omassa tutkimuksessani keskityn ja mitkä ovat tutkimukselleni asettamani tavoitteet.

3.2 Tutkimuksen tavoitteet ja ongelmat

Tutkimukseni avulla haluan tuoda yhteiskunnallisia tulkintoja ja täydentää muiden tieteen käsityksiä lasten kuluttamisesta (Alanen 2009, 16). Samalla haluan avata uudenlaisia ja vaihtoehtoisia mahdollisuuksia tarkastella lapsuutta ajassa ilmenevien ja lasten elämään vaikuttavien ilmiöiden avulla. Tutkimukseni avulla minulla on mahdollisuus tutkia lasten kautta koettuna ja elettyä lasten elämää kulutuskulttuurissa (Karila 2009, 257). Tutkimuksen yleisenä tavoitteena on etsiä vastauksia siihen, millaiseksi lapsuus määrittyy markkinoiden ehdoilla toimivassa maailmassa sekä millainen merkitys kuluttamisella on lasten elämässä hyvän elämän kannalta. Tutkimuksen tavoitteena on auttaa ymmärtämään, mitä asioita lapset pitävät elämässään tärkeinä ja miten lapset luovat omia merkityksiään kuluttamisesta sekä millaisena näyttäytyy tämän päivän lapsuus kulutuksen keskeisessä elämässä lasten näkökulmasta. Tavoitteena on selvittää kuluttamista lasten elämään liittyvänä ilmiönä ja eri sukupuolten osalta tarkasteltuna.

Tutkimusongelmia joihin tutkimuksessa haetaan vastausta ovat:

1. Millaisia ovat tyttöjen ja poikien kuluttamiseen liittyvät toiveet ja haaveet?
2. Millainen merkitys kuluttamisella on lapsille?

3.3 Fenomenologis-hermeneuttinen tutkimusote

Tutkimuksessani pyrin tavoittamaan lasten omia näkemyksiä ja kokemuksia fenomenologis-hermeneuttisen tutkimusmenetelmän avulla. Lisäksi käytin sitä aineiston analysoinnin tukena. Seuraavaksi kuvaan sekä fenomenologisen että hermeneuttisen tutkimuksen erityispiirteitä.

Tutkimuskohde määrittä tutkimusmetodin valintaa. Tutkimuksen luonteen vuoksi tutkimusaiheen lähestymistavaksi valittiin fenomenologis-hermeneuttinen tutkimusote. Fenomenologis-hermeneuttinen metodi ei ole kaavamainen tutkimusväline, vaan tutkija joutuu tutkimuksen eri vaiheissa pohtimaan tutkimuskysymyksiensä ja tekemiensä ratkaisujen perusteita. (Laine 2001, 26.)

Hermeneuttisella ja fenomenologisella tutkimuksella on kaksitasoinen rakenne. Perustasolla on tutkittavan koettu elämä esiymmärryksineen. Toisen tason muodostaa tutkimus, joka kohdistuu ensimmäiseen tasoon. Haastateltava kuvaa kokemuksiaan ja niihin liittyvää ymmärrystään mahdollisimman luonnollisesti. Tutkija pyrkii refleктоimaan, tematisoimaan ja käsitteellistämään tutkittavan tapaa ymmärtää asioita. Merkitysten ymmärtämisen edellytyksenä on esituttuus. Tutkittavan merkitysmaailma on tutkijalle entuudestaan tuttu, koska tutkija ja tutkittava elävät samassa kulttuurissa. Tutkimuksen tavoitteena on nostaa tietoiseksi ja näkyväksi huomaamattomat ja itsestään selvät, koetut mutta tiedostamattomat tutkittavalle merkitykselliset asiat. (Laine 2007, 32–33.)

Merkitykset syntyvät yhteisössä ja kulttuurisessa kontekstissa, jossa lapset elävät ja kasvavat. Jokaisen yksilön kokemukset paljastavat myös jotain yleistä ja kaikille samassa kulttuurissa eläville ihmisille yhteisesti jaettua. Toisaalta jokaisella yksittäisellä ihmisellä on myös ainutkertaisia ja ainutlaatuisia kokemuksia, jotka erottuvat muiden kokemuksista. Ihmisissä ei ole kiinnostavaa vain samanlaisuus, joka on muovautunut sosialisointin ja kulttuurin kautta, vaan merkityksellistä on jokaisen yksilöllinen erilaisuus. Tutkimuksen lähtökohtana on pohtia, millainen ihminen on tutkimuskohteena ja millaisen ihmiskäsityksen mukaan aihetta lähestytään. Lisäksi on mietittävä miten tuollaisesta kohteesta saadaan tietoa ja millaista se on luonteeltaan. (Laine 2001, 26–30.)

Käsitykset eivät ole omien kokemusten reflektionin kautta syntyneitä, vaan ne ovat muotoutuneet yhteisössä kasvatuksen, opetuksen ja sosialisointin kautta. Käsityksen ja vastaavan kokemuksen välillä ei välttämättä ole yhteyttä ja omakohtaisuutta. Käsitykset voivat kertoa yhteisön tyypillisistä ajattelutavoista kuten ideologioista mutta ne eivät ole omakohtaisia kokemuksia. Käsityksistä kysyttäessä voidaan kokea tai toimia toisin kuin kerrotaan. Käsitykset ovat kiinnostavia, jos niillä on yhteys tutkittavan henkilön toimintaan tai jos tutkitaan tietyn yhteisön jäsenten yleisiä käsityksiä ja ajattelutapoja. (Laine 2007, 38–39.)

Hermeneuttisessa tutkimuksessa tavoitellaan tietoa, jossa kuuluu tutkittavien ääni ja heidän tapansa tulkita todellisuutta ja luoda ilmiöille merkityksiä. Toisen ihmisen todellisuuden täydellinen tavoittaminen on mahdotonta. Lähestymistavassa korostetaan vuoropuhelun ja empaattisen kuuntelemisen taitoa ja tutkijan herkkyyttä ymmärtää toisen ihmisen kokemuksia. Tutkimusprosessin arvioinnissa keskitytään tutkijan ja tutkittavan väliseen suhteeseen. Hermeneuttisen tutkimustavan ihanteena on lähestyä asiaa ilman etukäteen määriteltyjä käsitteitä ja analyysissäkin pyritään säilyttämään mahdollisimman pitkälle tutkittavien

autenttisia ilmauksia. Aineistonkeruutapoina hermeneuttisissa tutkimuksissa käytetään erilaisia haastatteluita tai kokemuskertomuksia. (Ronkainen, Pehkonen, Lindblom-Ylänne & Paavilainen 2011, 97.)

Fenomenologisessa tutkimuksessa tiedon tavoitteena on merkityksien monimuotoisuuden ja kokemusten yleisen rakenteen kuvaaminen ja kokemuksen tavoittaminen. Fenomenologis-hermeneuttisessa tutkimuksessa käsitteellistetään tutkittava ilmiö eli kokemuksen merkitys. Fenomenologis-hermeneuttista tutkimusta voidaan kutsua myös tulkinnalliseksi tutkimukseksi. Hermeneuttisuus tulee esiin tulkinnan tarpeen myötä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 35; Ronkainen ym. 2011, 98.) Fenomenologiassa tutkitaan ihmisen suhdetta omaan elämäntodellisuuteensa. Todellisuuden kokemiseen vaikuttavat ihmisen kiinnostukset, pyrkimykset ja ihmisen kokemuksilleen antamat erilaiset merkitykset. Fenomenologis-hermeneuttinen tutkimusote vaatii tutkijalta jatkuvaa perusteiden pohtimista tutkimuksen eri vaiheissa ja erilaisten tutkimusongelmien yhteydessä. (Laine 2001, 26–27.)

Fenomenologia näkee ilmiön sellaisena kuin se on, ei valmiin teorian tai mallin mukaisesti. Hermeneutiikalla puolestaan tarkoitetaan ymmärtämisen ja tulkinnan teoriaa ja sen avulla pyritään löytämään sääntöjä, joita noudattamalla voitaisiin määritellä vääriä ja oikeita tulkintoja. (Heikkinen & Laine 1997, 20; Tuomi & Sarajärvi 2009, 34–35.) Hermeneutiikan keskeisiä käsitteitä ovat ymmärtäminen, tulkinta, esiymmärrys ja hermeneuttinen kehä. Ymmärtämisellä hermeneutiikassa tarkoitetaan ilmiöiden merkityksen oivaltamista ja tulkintojen tekemistä aiemmin ymmärretyistä asioista. Ymmärtäminen alkaa esiymmärryksestä, siitä miten kohde on ymmärretty aikaisemmin. Ymmärtäminen etenee kehämäisenä liikkeenä, hermeneuttisena kehänä. (Laine & Heikkinen 1997, 21.)

Hermeneuttisella kehällä tarkoitetaan tutkimuksellista dialogia tutkimusaineiston kanssa, jossa tutkija yrittää tavoittaa toisen ihmisen kokemusta. Dialogi on aineiston ja oman tulkinnan välillä tapahtuvaa kehämäistä liikettä, jossa tavoitellaan oman ymmärryksen syvenemistä, joka on kuitenkin vain ihanteellinen tavoite. Kehän alkupäässä tutkija tekee välittömiä tulkintoja, joista pyritään pääsemään irti tutkimuksen edetessä kriittisellä ja reflektiivisellä asenteella ja ottamalla etäisyyttä omasta tulkinnasta. Tämän jälkeen palataan aineiston pariin ja pyritään näkemään uusin silmin toisen ilmaisemat asiat ja nostamaan esiin aikaisemmin epäolennaisia tai uusia asioita. Tutkija luo uuden tulkinnan toisen ilmaisujen merkityksistä. Kehäliikkeessä on tavoitteena löytää todennäköisin ja uskottavin tulkinta, mitä tutkittava on tarkoittanut. (Laine 2007, 36–37.) Fenomenologisessa tutkimuksessa

aineistosta pyritään ymmärtämään inhimillisen kokemuksen merkityksiä. Hermeneutiikkaa käytetään tutkimusaineiston tulkinnassa ja tutkittavan ilmiön käsitteellistämässä. (Heikkinen & Laine 1997, 21.)

Fenomenologis-hermeneuttiseen tutkimukseen kuuluu kriittinen ja reflektiivinen vaihe, jossa tutkija kyseenalaistaa oman tulkintansa ja tulee tietoiseksi omista tutkimukseen liittyvistä lähtökohdista. Tutkija tunnistaa omien ennakkoluulojensa vaikutuksen tulkinnoissa ja kyseenalaistaa spontaanin ymmärryksen. Kriittinen asenne ja reflektiivisyys auttavat tutkijaa pääsemään tutkimukselliselle tasolle ja tavoittamaan toisen ihmisen erityislaatuisen suhteen johonkin asiaan. Tämä vaatii omista ennakkoluuloista irti pääsemistä. (Laine 2007, 34.)

Tutkija luo esiymmärrystä tutustumiensa teorioiden kautta. Niillä voi olla kahtalainen merkitys tutkimukseen. Teoriat avaavat mahdollisuuksia nähdä uusia asioita tai rajaavat joitakin näkökulmia pois. Tutkijan oman esiymmärryksen tiedostaminen ja ennakkoluulottomuus on erityisesti fenomenologiassa tärkeää. Hermeneutiikassa tutkijan ei puolestaan ajatella voivan vapautua ennakkoluuloistaan ja siksi hermeneutiikassa korostetaan ennakkoluulojen merkitystä tutkittaessa asioita. Tutkijan ei tarvitse ottaa kantaa siihen, kumpi tutkimussuunta on oikeampi, vaan tärkeintä on huomata ennakkoluulojen tai esiymmärryksen vaikutus tutkimuksen etenemiseen. (Moilanen & Räihä 2007, 52–53.)

Tutkimusmenetelmiksi valittiin eläytymismenetelmä ja haastattelu. Tutkimuksessa käytettiin kahden menetelmän yhdistämistä eli triangulaatiota. Kahden tutkimusmenetelmän avulla tutkimusaineistoksi saatiin lasten yksin kirjoittamia tarinoita ja keskustelun kautta syntyneitä haastatteluja, joiden avulla pystyttiin palaamaan lasten kokemuksiin (Perttula 2005, 143). Tutkimusmenetelmien avulla aiheesta ajateltiin saatavan enemmän tietoja tutkittavasta aiheesta eri näkökulmista tarkasteltuna. Tutkimusmenetelmät valittiin sen perusteella, että ne tukivat ja täydensivät toisiaan ja niiden avulla oli mahdollisuus saada esiin lasten kokemuksia useammasta näkökulmasta.

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

4.1 Tutkimuksen kohderyhmä

Tutkimushenkilöiksi tutkimukseen valitsin ”tweenejä” 11–13-vuotiaita lapsia tai varhaisnuoria. Tutkimushenkilöiden valintaan vaikutti tutkimuksista välittynyt tieto siitä, kuinka keskeisessä roolissa kuluttaminen on tämän ikäisten lasten elämässä ja myös markkinoinnin kiinnostus tätä ikäryhmää kohtaan (Raijas & Wilska 2007, 33). Erilaiset tutkimukset tuovat esiin, miten juuri tämän ikäiset ovat alttiimpia erilaisille markkinoinnin ja kaupallisuuden lieveilmiöille ja haitoille.

Tutkimukseen osallistui 45 peruskoulun kuudennella luokalla olevaa lasta. Lapsista suurin osa oli iältään 12–vuotiaita. 11–vuotiaita lapsista oli seitsemän ja 13–vuotiaita kolme. Tyttöjä osallistujista oli 19 ja poikia 26. Lapsista 18 ilmoitti, ettei halua osallistua tutkimuksen haastatteluihin.

Tutkimuksen tiedonantajat olivat 11–13-vuotiaita murrosikää lähestyviä varhaisnuoria. Nuoruus voidaan jakaa eri vaiheisiin varhaisnuoruuteen (11–14 vuotta), keskinuoruuteen (15–18) ja myöhäisnuoruuteen (19–25). Nuorten kehitys on kuitenkin yksilöllistä ja vaihtelee eri tekijöiden vaikutuksesta ja siksi ei voidakaan puhua nuoruudesta tiettyjen vaiheiden mukaan etenevänä yhtenäisenä kehitysjaksona. Kehitys nuoruusiässä on monimutkainen tapahtuma, jossa kehitystä tapahtuu monilla tasoilla ja useiden biologisten, psykologisten, sosiaalisten ja yhteiskunnallisten tekijöiden yhteisvaikutuksen tuloksena. Nuoruus on siirtymävaihe lapsuudesta aikuisuuteen. Nuoruudessa lapsi kehittyy fyysisesti aikuiseksi. Lapsen suhde sekä itseensä että ympäristöönsä muuttuu hänen kasvaessaan. Biologiseen kypsymiseen kuuluu aikuiselle tyypillisten ajattelutapojen kehittyminen. Lapsen ajattelu muuttuu konkreettisemmasta abstraktimmaksi ja loogisemmaksi. Psykologiseen kehitykseen nuoruudessa kuuluu identiteetin muodostuminen ja minäkuvan kehittyminen ja sosialisatio. Nuoruus on aikaa, jolloin lapsi itsenäistyy ja irtautuu omasta lapsuuden perheestään ja liittyy enemmän kavereihinsa. Nuoruuteen kuuluu myös yhteiskunnassa tarvittavien eri roolien, taitojen ja valmiuksien omaksuminen. (Nurmi 2003, 256–257.)

4.2 Tutkimusmenetelmät

4.2.1 Eläytymismenetelmä

Eläytymismenetelmä on tutkimusaineiston keräämisen keino, jossa tutkittavat kirjoittavat pieniä tarinoita tutkijan antamien ohjeiden mukaan (Eskola 1997, 5). Eläytymismenetelmässä vastaaja eläytyy johonkin tilanteeseen, kehyskertomuksien synnyttämien mielikuvien avulla, viemällä kehyskertomuksessa esitettyä tarinaa eteenpäin tai kertomalla mitä on tapahtunut tai voinut tapahtua kehyskertomuksessa esitettyä tilannetta ennen (Eskola & Suoranta 1998, 112). Eläytymismenetelmätarinat eivät välttämättä ole kuvauksia todellisuudesta, vaan mahdollisia tarinoita, jotka saattavat toteutua (Eskola 1997, 5–6). Eläytymismenetelmän avulla ihmiset voivat tuoda esiin ajatteluaan, jostakin ilmiöstä kertoen mikä tässä tilanteessa on mahdollista (Eskola 2007, 71–74).

Toisaalta eläytymismenetelmän kautta syntyvät tarinat voivat kertoa paljonkin ihmisten elämästä, koska vastaajilla on mahdollisuus vapaasti tuoda esiin käsityksensä tutkittavasta asiasta, eikä vain vastata tutkijan esittämiin kysymyksiin (Eskola 1997, 28–29). Eläytymismenetelmä paljastaa millaisten käsitysten perusteella ihmiset tekevät erilaisia valintoja elämässään ja miten he punnitsevat eri asioita ja mitä asioita he ottavat huomioon valintoja tehdessään (Eskola 2007, 80). Menetelmän avulla voi saada tyypillisten ja tavallisten vastausten lisäksi mielenkiintoisia ja poikkeuksellisia vastauksia. Eläytymismenetelmän avulla on mahdollista saada selville mitä tutkimukseen osallistujat tietävät tutkitusta ilmiöstä ja millaisia kulttuurisia merkityksiä he siihen liittävät. (Eskola & Suoranta 1998, 117–118.)

Mielikuvituksellisuus on luonnollinen osa lasten ajattelua ja kerrontaa. Eläytymismenetelmätarinoissa todellisuus ja mielikuviutus kietoutuvat yhteen. (Helavirta 2011, 72.) Eläytymismenetelmätarinan voi ajatella sisältävän samoja elementtejä kuin lapsen kertoma satu. Lapsen kertomassa fiktiivisessäkin tarinassa lapsi kertoo itsestään ja itselleen tärkeistä asioista, tapahtumista ja ihmisistä. Lasten tarinat ovat sekä yksilöllisiä tuotoksia että kulttuurisia tuotteita. Lasten yksilöllisissä tarinoissa nousevat esiin asiat, joita kulttuurissa pidetään tärkeinä. Myös paikka, jossa tarinat kirjoitetaan, vaikuttaa siihen millaisia niistä tulee. (Helavirta 2006, 201–202.)

Eläytymismenetelmässä kehyskertomuksen käsitteet ja sisältö vaikuttavat hyvin merkittäväällä tavalla siihen millaista tietoa saadaan. Onnistuneen kehyskertomuksen luominen on menetelmän erityinen haaste ja lasten kohdalla on mietittävä, kuinka kehyskertomus muotoillaan sellaiseksi, että se on sopiva lasten kokemusmaailmaan, käsitteiden ymmärrettävyyden kannalta. (Helavirta 2006, 199.) Eläytymismenetelmässä keskeistä menetelmän käytössä on variointi eli samasta kertomuksesta on kaksi tai useampia versioita, jotka poikkeavat jonkun keskeisen asian suhteen toisistaan. Menetelmän käytössä on keskeistä variaation vaikutuksen selvittäminen. Siinä tarkastellaan, miten vastaukset muuttuvat, kun keskeinen asia muuttuu. (Eskola 1997, 5–6.)

Kehyskertomus on ulkoasultaan mahdollisimman yksinkertainen. A4- paperiarkin ylälaitaan on kirjoitettu muutaman rivin mittainen tarina. Vastaajilla on vapaus kirjoittaa mitä he haluavat. Samalla voidaan tiedustella joitakin taustatietoja vastaajista. Kuten muitakin tiedonkeruuvälineitä myös kehyskertomuksia on hyvä testata etukäteen. Olisi hyvä tehdä esitutkimus, jotta näkisi millaisia vastauksia kehyskertomus tuottaa ja ovatko vastaukset odotusten mukaisia ja tarvitseeko kehyskertomusta mahdollisesti muokata. (Eskola 2007, 78.)

Eläytymismenetelmän toteuttamisen kannalta paras tilanne vastaamiselle on jonkin ryhmän kokoontuminen, tilanne, jossa on pakko olla paikalla kuten koulussa oppitunti. Vastauspape-
reiden lähettäminen postitse tai annettavaksi kotiin täytettäväksi ei tuota hyviä tuloksia. (Eskola 1997, 19–20.) Vastausten keräystilanteessa tutkija kertoo mistä on kysymys, miksi tutkimusta tehdään ja kuka sitä tekee. Vastaajille annetaan toimintaohjeeksi eläytyä tarinaan ja jatkaa paperissa olevaa kertomusta. Vastaajille kerrotaan, että mitään oikeaa vastausta ei ole. Vastausaikaa varataan 15–25 minuuttia. Tilaisuuden lopussa voidaan purkaa tilanteen aiheuttamaa uteliaisuutta ja jännitystä keskustelemalla tutkittavien kanssa. Samalla on mahdollista saada myös vastaajien välittömiä kokemuksia tarinoiden kirjoittamisesta. Eläytymismenetelmään vastataan varsin hyvin, jos kehyskertomus on vastaajille relevantti. (Eskola 1997, 22.)

Aineistonkeruu nostaa esiin tutkimuksen vapaaehtoisuuteen ja luottamuksellisuuteen liittyviä kysymyksiä. Lasten motivointi tutkimukseen osallistumisessa on myös huomioitava. (Helavirta 2006, 198–199.) Eläytymiselle ja kirjoittamiselle on varattava riittävästi aikaa. Vapaaehtoisuus ei tuota ongelmia, koska ne jotka eivät halua osallistua voivat jättää vastaamatta. Eläytymismenetelmäaineiston koon ei tarvitse olla kovinkaan suuri. Aineiston kylläntymiseksi riittää noin 15–20 vastausta kehyskertomusta kohden. (Eskola 2007, 75.)

Eläytymismenetelmän käyttämiseen vaikuttaa tutkimuksen aihe ja tavoiteltavan tiedon luonne. Menetelmä ei sovi suurten vastaajajoukkojen käsitysten kuvailemiseen. Mutta jos tavoitteena on selvittää ihmisten ajatuksia jostakin ilmiöstä, se on tähän tarkoitukseen so- piva. Eläytymismenetelmäaineisto ei kerro tutkijalle miten asiat täsmällisesti ovat vaan miten ne voivat olla, siksi täsmällisten vastausten sijasta aineisto antaa tutkijalle lisää poh- dittavaa, herättää uusia kysymyksiä. (Eskola 2007, 74.) Eläytymismenetelmän avulla tuo- tettu aineisto luo mahdollisuuksia horjuttaa itsestään selvinä pidettäviä käsityksiä. (Eskola & Suoranta 1998, 118).

Eläytymismenetelmän etuja verrattuna muihin tutkimusmenetelmiin ovat sen toteuttamisen helppous: tutkimusaineiston saa kerätyksi nopeasti. Eläytymismenetelmä soveltuu monen ikäisille vastaajille. (Eskola 2007, 75.) Se on käyttökelpoinen myös lasten tiedontuottami- sen välineenä (Helavirta 2006, 198). Eläytymismenetelmän etuna voi nähdä sen, että se ei rajoita ihmisen mahdollisuutta toimia aktiivisesti ajattelevana yksilönä (Eskola & Suoranta 1998, 112). Eläytymismenetelmä on myös eettisten kysymysten osalta ongelmattomampi kuin moni muu tiedonhankintamenetelmä (Eskola 1997, 14). Tosin eläytymismenetel- määinkin osallistuminen voi vaikuttaa tutkittavaan (Eskola & Suoranta 1998, 117). Haas- teellista eläytymismenetelmän käytössä on, että se pakottaa tutkijan aktiiviseen teoreetti- seen työhön (Eskola 1997, 28–29). Lisäksi sen vaikeutena on kehyskertomuksen muotoilu ja sisältö, jotta sen avulla saataisiin vastauksia. Myös aineiston analyysi on haasteellinen tehtävä. Tutkijan intressit ja tutkimusongelma ratkaisevat millaisia kehyskertomuksia laa- ditaan ja mikä näkökulma ja lukutapa valitaan. (Saaranen & Eskola 2003, 146.)

4.2.2 Lasten haastattelu

Haastattelu voi olla tyypiltään avointa, teemahaastattelua tai strukturoitua haastattelua (Tiittula & Ruusuvuori 2009, 11). Yksilöhaastattelujen ohella voidaan käyttää pari- ja ryhmähaastatteluja (Puusa 2011, 83). Haastattelun etuina muihin tutkimusmenetelmiin verrattuna pidetään sen joustavuutta, kysymyksien toistettavuutta, epäselvyyksien ja vää- rinkäsitysten selventämisen mahdollisuutta keskustelun avulla. Haastattelussa kysymykset voidaan esittää halutussa järjestyksessä. Tällaista mahdollisuutta ei ole esimerkiksi loma- kekyselyssä. Haastattelun etuihin kuuluu myös se, että haastattelija voi toimia havainnoija- na ja kirjata miten asioista kerrotaan. Haastattelun etuna on myös se, että haastatteluun

osallistuva harvoin kieltäytyy haastattelusta tai kieltää haastattelun käytön tutkimusaineistona. Haastatteluun voidaan valita henkilöitä, joilla on aiheesta tietoa ja kokemusta tutkitavasta ilmiöstä. Haastattelun heikkoutena on kyselyyn verrattuna aika ja raha. Haastattelu on kallis ja aikaa vievä aineistonkeruumuoto. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 73–74.) Lisäksi haastattelun tekeminen vaatii tutkijalta taitoa ja kokemusta. Hänen on pystyttävä luomaan luottamuksellinen ilmapiiri ja motivoimaan haastateltavaa. (Puusa 2011, 77–78.) Haastattelun avulla pyritään saamaan mahdollisimman monipuolinen kuva tutkittavasta ilmiöstä (Puusa 2011, 76).

Haastattelutilanne on aina yksilöllinen ja tutkijalta edellytetään joustavuutta ja nopeita ratkaisuja saadakseen rikasta tietoa tutkimusta varten. Tutkija ei pysty välittämään tutkittavien ajatuksia sellaisenaan, vaan itse tekemiään tulkintoja niistä. Haastattelutilanteessa on mahdollista kysymisen lisäksi kuunnella ja tarvittaessa sekä tutkijan että tutkittavan on mahdollista tarkentaa toisen käsityksiä. (Aaltio & Puusa 2011, 161–162.)

Haastattelussa tutkijan tarkoituksena on syventyä haastateltavan näkemyksiin, kokemuksiin ja tapaan hahmottaa tutkittavaa ilmiötä. Toimivan haastattelutekniikan hallitseminen ja tilan antaminen haastateltavan näkemyksille on vaativaa ja lasten haastattelussa tämä korostuu. Haastattelutilanteessa vaikuttavat tutkijan odotukset, kulttuurissa ja yhteiskunnassa vallitsevat arvostukset ja aikuisten taipumus toimia lasten kanssa kasvattavasti ja opettavasti avoimen kuuntelun sijaan. Lapsen tilaa rajaavat kyselykulttuuri, johon lapsi ja myös tutkija ovat tottuneet, haastattelijan johdattelu ja lasten tapa ilmaista asioita. Relevantin tutkimustiedon tuottamisen kannalta tilanne näyttää omituiselta, jos haastattelija valtaa tiedon tuottamisessa tilan johdattelullaan ja puheen määrällä ja lapsen tuottaman tiedon määrä jää vähäiseksi. (Karlsson 2010, 129).

Haastattelun avulla uskotaan olevan mahdollista saada lasten ääni kuuluviin ja tuoda esiin heidän näkökulmaansa tutkittavista ilmiöistä (Alasuutari 2009, 145). Lasta haastateltaessa on kiinnitettävä huomiota, että lapselle kerrotaan tutkimuksesta ja haastattelusta riittävästi. Tutkijan on kerrottava lapselle ymmärrettävällä tavalla, mistä tutkimuksessa on kysymys, mikä on tutkijan rooli suhteessa muihin aikuisiin ja miten lapsen kertomia tietoja käyteään. Lapsella on omia käsityksiään siitä, mitä häneltä odotetaan haastattelutilanteessa. Tutkijan on huomioitava, miten lapsi kertoo haastattelussa asioista ja miten lapsi asettuu vuorovaikutukselliseen suhteeseen sekä haastattelijan että tutkittavan kohteen kanssa. (Alasuutari 2009, 148.)

Lasten haastattelussa on huomioitava lapsen ja aikuisen välisen valtaeron vaikutus tilanteeseen. Valtaero voidaan nähdä joko myönteisenä tai kielteisenä asiana haastattelussa. Kun pyrkimyksenä on saada käsitystä lapsen arjen kokemuksista ja niihin liittyvistä näkemyksistä, lapselta ei saada haluttuja vastauksia, jos lapsi toimii haastattelussa opettaja-oppilassuhteen kaltaisesti pyrkien antamaan oikeita vastauksia. Lapsen haastattelussa ongelmana onkin, että lapsi voi vastata tavalla, jota hän olettaa häneltä odotettavan, eikä siten, miten asiat näyttäytyvät oikeasti lapsen omassa elämässä. Lapsen ja aikuisen valtaero muovaa vuorovaikutusta. Tästä kertoo esimerkiksi lapsen vastaukset kuten en tiedä. Ne voivat kertoa myös siitä, että haastattelija tuottaa kysymyksillään epätasa-arvoa vuorovaikutustilanteessa. Lapsen ja aikuisen välistä epätasa-arvoista asemaa ei voida kokonaan hälventää tutkimuksessa. Aikuinen voi osoittaa aitoa kiinnostusta lasta kohtaan, ymmärtämällä lapsen tapaa nähdä asioita. (Alasuutari 2009, 152–153.)

Aikuinen tutkija ei voi asettua lapsen asemaan, vaan hänen on oltava aikuinen myös haastattelutilanteessa. Tutkimuksessa voidaan kuitenkin etsiä niitä metodeja ja käytäntöjä, joiden kautta pääsee kiinni siihen, mihin lapset kiinnittävät huomiotaan ja mitä he pitävät tärkeänä. Kysymys ei ole siitä, osaavatko lapset kertoa, vaan siitä että osaammeko tutkijoina todella kuunnella lapsia ja heidän viestejään ja miten osaamme käsitellä saamaamme tietoa. (Karlsson 2010, 132–133.) Lapselle annetaan tilaa vastaamiselleen ja odotetaan hänen jatkavan vastaamistaan. Haastattelijan toiminta kuten kommentointi ja minimipalautteen antaminen saavat lapsen jatkamaan vastaustaan. Haastattelussa kysymykset on hyvä liittää lapsen arkitoimintoihin esimerkiksi kysymällä lapsen arkipäivän puuhista tai lähi-menneytyyden tapahtumista. Haastateltavien vastausten pituuteen ja omasanaisuuteen vaikuttavat myös lasten kohdalla vuorovaikutukselliset seikat. Haastattelijan on luotava toiminnallaan tilaa ja mahdollisuuksia, jotta lapsi voi kuvata itselleen tärkeitä asioita. (Alasuutari 2009: 158, 162.)

Lapset kertovat asioista omalla tavallaan. Tutkijan tehtävänä on analysoida saamiaan tietoja ja tuoda lasten näkemyksiä esiin. Lapsen haastattelun tavoitteena on tuottaa ymmärrystä lapsen maailman jäsentämisestä. Haastattelun oletetaan tuovan esiin lapsen äänen. Haastattelussa ja vuorovaikutustilanteessa lapsi ja haastattelija yhdessä tuottavat keskustelun sisällöt. Haastattelun avulla tuotetut kokemukset ovat lapsen ja haastattelijan yhdessä tuottamaa todellisuutta. Tutkimushaastattelun mielenkiintoisuus ja haasteellisuus nousevatkin tästä vuorovaikutuksellisesta tilanteesta. Lasta haastateltaessa on kiinnitettävä huomiota lapsen kielelliseen toimintaan ja kehitysvaiheeseen. Kysymysten ja keskustelun on rakennuttava

lapsen elämänpiiristä. Haastattelutilanne on herkkä vuorovaikutustapahtuma ja siinä ollaan tekemisissä lapsen kanssa. (Alasuutari 2009, 162.) Lasten kertomiin asioihin vakavasti suhtautumalla ja näkemällä heidät arvokkaina tiedon antajina omaan elämäänsä liittyvistä asioista voidaan päästä lähemmäksi lasten käsityksiä ja heidän elämysmaailmaansa (Hirsjärvi & Hurme 2001, 128).

4.3 Tutkimuksen tiedon keruu

4.3.1 Aineisto

Koulujen kesäloman aikana 2010 hankin tutkimusluvan (kts.liite1) lasten tutkimusta varten peruspalvelujen palvelupäälliköltä, jonka jälkeen otin yhteyttä sattumanvaraisesti valitseni koulujen rehtoreihin ja kuudennen luokan opettajiin. Toisen koulun kohdalla en saanut yhteydenottooni vastausta, joten otin yhteyttä erääseen toiseen kouluun sähköpostilla, jonka opettaja otti yhteyttä minuun puhelimitse. Kerroin opettajille tutkimuksen aiheesta ja aineistoni keräämiseen liittyvistä yksityiskohdista. Sovin lisäksi lasten opettajien kanssa, milloin tulisin suorittamaan aineiston keräyksen ja siitä, että he tiedottaisivat tutkimuksesta lapsille ja heidän vanhemmilleen ennen empiirisen aineiston keräämistä. Lasten vanhempien suostumusta haastatteluun osallistumiseen tiedusteltiin lasten kotiin lähetettävän kirjeen avulla.

Toteutin tutkimuksen kahdessa Kymenlaaksolaisessa alakoulussa elokuussa 2010. Lapset olivat alakoulun kuudennella luokalla eli 11–13-vuotiaita. Kouluista toinen sijaitsi keskustassa, toinen hieman kauempana keskustasta. Tutkimukseen osallistui yhteensä 45 lasta, 19 tyttöä ja 24 poikaa. Koulusta 1 tutkimukseen osallistui 22 lasta ja koulusta 2 osallistujia oli yhteensä 23 lasta. Tutkimukseen kuului eläytymismenetelmäkertomuksen kirjoittaminen, johon osallistuivat kaikki oppilaat ja sen lisäksi toteutin yksilöhaastattelut, joihin valitsin lasten kirjoittamien eläytymistarinoiden perusteella yhteensä 10 lasta, molemmista kouluista viisi lasta. Koulusta 1 lapsista 5 ja koulusta 2 lapsista 13 kieltäytyi osallistumasta haastatteluun tai heidän vanhempansa kielsivät heidän osallistumisensa tutkimukseen.

Tutkimuksen suorittaminen kesti yhteensä 4 päivää, 2 päivää molemmissa kouluissa. Eläytymismenetelmä ja haastattelut toteutettiin eri päivinä. Ensin lapset kirjoittivat eläytymis-

menetelmätarinansa ja sen jälkeen toteutettiin haastattelut. Ennen empiirisen aineiston keräämistä valmistauduin tutkimuksen suorittamiseen liittyviin yksityiskohtiin. Luin tutkimuksen tekemisen oppaista ja aikaisemmista tutkimuksista, joissa oli käytetty haastattelua ja eläytymismenetelmää, mihin asioihin on tutkimustilanteessa hyvä kiinnittää huomiota. Tämä auttoi empiiristen aineistojen keräämisessä ja niiden käytännön toteuttamisessa.

4.3.2 Eläytymismenetelmän käyttö tässä tutkimuksessa

Eläytymismenetelmässä käytetyn kehyskertomuksen muoto oli: Kuvittele, että viikonloppu on tulossa. Saat vanhemmiltasi ylimääräistä rahaa, ja saat käyttää sen mihin haluat. Mitä tekisit näillä rahoilla? Toteuttaisitko joitain haaveitasi? Miltä sinusta tuntuisi jos tällaista tapahtuisi? Kerro ja kirjoita tästä tarina.

Keväällä 2010 aloitin tutkimuksen teon suunnittelemalla ja muokkaamalla eläytymismenetelmän kehyskertomusta. Tein esitutkimuksen, jossa testasin kehyskertomuksen toimivuutta ja soveltuvuutta neljännellä ja kuudennella luokalla olevien kahden lapsen kanssa. Esitutkimuksen avulla muokkasin myös kehyskertomuksen sanamuotoja ja käsitteitä lapsille helpommin ymmärrettävään muotoon. Esitutkimuksen perusteella päätin kerätä empiirisen aineiston kuudesluokkalaisilta lapsilta. Kehyskertomuksesta oli alussa käytössä kaksi erilaista versiota mutta lopulta päätin käyttää niistä vain toista. Joten lopullisesti käytin vain yhtä kehyskertomusta tutkimuksessani.

Kehyskertomuksesta oli tarkoitus muotoilla sellainen, että se kertoisi jotain lapsista itsestään ja heidän elämästään kulutuskulttuurissa. Lapsille annettiin mahdollisuuksia tuottaa omia merkityksiään ja kertoa omista kulutushaaveistaan ja unelmistaan haluamallaan tavalla tai olemaan kertomatta. Kehyskertomuksen aiheeksi valittiin lasten toiveviikonloppu ja haaveita ja toiveita, joita voisi toteuttaa vanhemmilta saaduilla rahoilla. Lapset kirjoittivat vastauksensa minämuodossa omasta näkökulmastaan. Tähän ratkaisuun päädyttiin, jotta elämyskertomukset olisivat lapsille omakohtaisempia ja helpommin ajateltavissa olevia. Lapset kertoivat tarinansa eläytymällä kehyskertomuksessa esitettyyn tilanteeseen ja kuvittelemalla tarinalle jatkoa.

Eläytymismenetelmä päätettiin toteuttaa koulussa, koska koulun kautta uskottiin tavoitettavan lapsia mahdollisimman helposti ja kulttuurisesti ja sosiaalisesti erilaisista lähtökohdista tulevia lapsia. Koulut valittiin ajatuksella, että ne olisivat eri alueilta. Eläytymismene-

telmä toteutettiin niin että, lapset kirjoittivat oppituntien aikana omat tarinansa. Eläytymismenetelmään osallistuville lapsille kerrottiin oppitunnin alussa tutkimuksen aiheesta, sen toteuttamisesta ja tutkimukseen osallistumisen vapaaehtoisuudesta. Lapsille annettiin yksityiskohtaisia ohjeita eläytymiskertomuksen kirjoittamisesta ja korostettiin, että lasten tarinat on tarkoitettu vain tutkimuskäyttöön. Lapsilla oli myös mahdollisuus kirjoittamisen aikana kysyä tutkimukseen liittyvistä asioista. Lasten kirjoittaessa tarinoita opettaja ei ollut mukana tunnilla. Tarinan kirjoittamisesta annettiin ohjeeksi, että jokainen kirjoittaa asioista omasta näkökulmastaan ja jokaisen tarina on tärkeä. Tarinoille ei ole oikeaa mallia ja määrättyä pituutta, vaan jokainen kirjoittaa sen pituisen tarinan kuin luontevasti syntyy. Lapsia pyydettiin kirjoittamaan nimensä ja ikänsä kertomuksiin, jotta pystytään valitsemaan ne lapsista, jotka osallistuisivat haastatteluihin. Lasten antamat tiedot olivat myös tutkimuksen taustatietoja.

Lapset kirjoittivat omat, erilliset tarinat. Toiset lapsista kirjoittivat tarinansa noin 15 minuutissa, toisilta kirjoittamiseen meni aikaa lähes oppitunnin mittainen aika. Lasten kirjoittamien tarinoiden pituudet vaihtelivat muutamasta rivistä kokonaiseen paperiarkilliseen molemmin puolin. Kehyskertomus perustuu kirjoitettuihin tarinoihin. Yhtä lailla kertomus voi olla myös kuvallinen. Osa lapsista piirsi tarinoidensa yhteyteen kuvan, joka liittyi tarinaan. Joidenkin lasten kertomukset olivat tarinamuodossa, toisten luettelomaisia. Lapset kirjoittivat vapaa-ajasta puhekielellä. Joidenkin lasten kirjoituksissa oli lempinimiä, hymiöitä ja huutomerkkejä. Koska keräsin itse aineistoni minun oli mahdollista kysyä lapsilta kirjoittamisen jälkeen, miltä heistä oli tuntunut tehdä tällainen tehtävä. Lapset kertoivat kirjoittamisen jälkeen, että se oli ollut helppoa ja mukavaa, koska kuluttaminen on heille tuttu ja jokapäiväinen asia.

4.3.3 Haastattelun käyttö tässä tutkimuksessa

Teemahaastattelussa pyritään löytämään tutkimuksen tarkoituksen, ongelmanasettelun ja tutkimustehtävän kannalta merkityksellisiä vastauksia. Periaatteessa etukäteen valitut teemat perustuvat tutkimuksen viitekehykseen eli tutkittavasta ilmiöstä jo tiedettyyn. Teemahaastattelussa edetään tiettyjen keskeisten etukäteen valittujen teemojen ja niihin liittyvien tarkentavien kysymysten varassa. Teemahaastattelussa korostetaan ihmisten tulkintoja asioista, asioille annettuja merkityksiä ja miten merkitykset syntyvät vuorovaikutuksessa. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75.)

Haastatteluun suostuneista lapsista valitsin lasten kirjoittamien kertomusten perusteella yhteensä kymmenen lasta yksilöhaastatteluihin. Valintaperusteina käytin lasten erilaisia kuluttamisesta kertomia tarinoita. Lasten haastattelemine tapahtui kummassakin koulussa yhden koulupäivän aikana. Haastattelut järjestettiin kouluajalla luokassa. Yhden lapsen haastattelu kesti noin 20 minuuttia. Keskustelin lasten kanssa myös heidän kirjoittamistaan eläytymistarinoista. Haastattelut olivat puolistrukturoituja haastatteluja. Haastattelun tukena käytin valmiiksi mietittyjä teemoja, joita lasten kanssa kävin haastatteluissa läpi. Haastattelujen teemat valikoituivat lasten kirjoittamien tarinoiden ja aikaisempien tutkimusten perusteella. Teemoja olivat merkkituotteet, kavereiden, median, mainonnan ja vanhempien merkitys lasten kuluttamiseen, säästäväisyyden ja tuhlaamisen merkitys lasten elämässä, rahankäyttö, harrastukset, vapaa-ajanviettäminen, lasten mahdollisuudet osallistua perheen kulutuspäätöksiin ja koulu kuluttajakasvattajana. Haastatteluissa oli mahdollisuus keskustella myös muista teemoista, jos lapset halusivat tuoda niitä esiin. Haastattelut äänitettiin sanelulaitteella myöhempää analysointia varten.

Huomioin jokaista lasta yksilöllisesti ja kerroin haastattelusta ja mitä siihen kuuluu. Pyytäessäni lapsilta lupaa haastattelujen äänittämiseen kerroin lapsille, että käytän haastatteluja vain tutkimustarkoitukseen ja ne on tarkoitettu vain tutkimuksen suorittajan käyttöön. Kerroin haastattelun äänitteen tulevan tutkimustani varten, eikä sitä tule kuulemaan kukaan muu henkilö minun lisäksi. Kerroin myös anonymiteetista, ettei lapsia voi tunnistaa tutkimuksesta. En puhunut lapsille tutkimusaineiston hävittämisestä mutta aion tehdä sen kun saan tutkimukseni tehtyä.

Kerroin haastattelun alussa, että haluan kuulla lasten käsityksiä kuluttamisen merkityksestä heidän omassa elämässään ja omalla tavallaan kerrottuna. Lapset saivat kertoa vapaasti mitä haluavat kuluttamiseen liittyvistä asioista ja vastata omalla persoonallisella tyyllillään. Sain luotua yhteyden kuhunkin lapseen ja vuorovaikutus oli useimpien haastateltavien kohdalla sujuvaa. Lapset keskittyivät haastatteluun ja käsiteltäviin aiheisiin. Erilaisten persoonallisuuksien välillä esiintyi eroja. Jotkut lapsista kertoivat kuluttamisestaan ja ostokokemuksistaan innokkaasti ja rönsyillen toiset niukemmin ja yksisanaisesti. Haastattelijana haasteellisinta oli kysymysten esittämisen tapa, jolla lapsilta saisi vastauksia. Haastattelun edetessä oppi tekemään tarkentavampia kysymyksiä.

Haastattelun tekeminen vaati avointa suhtautumista lapsiin ja heidän kertomiinsa asioihin. Erityisesti ne asiat, jotka lapset nostivat esiin omien kokemuksiensa perusteella olivat kiin-

nostavia ja lisäsivät tietoa tutkimusaiheesta ja olivat tutkimuksen teon kannalta tarpeellisia. Kysyin lapsilta myös, miltä heistä oli tuntunut kirjoittaa eläytymistarinoita. Lapset kertoivat sen olleen kivaa. Lopetin haastattelun jokaisen lapsen kohdalla kertomalla, kuinka mukavaa oli kuulla lapsen kokemuksia kuluttamisesta. Halusin, että lapsi kokee kuinka tärkeänä pidin, että hän osallistui haastatteluun ja kertoi minulle omia kokemuksiaan ja asioitaan elämästään. Haastattelun jälkeen koin, että lapset osallistuivat tutkimukseeni mielellään ja halusivat kertoa omasta elämästään. Onnistuin löytämään lapsia, jotka olivat rohkeita ja osasivat ilmaista itseään puheen avulla. Kuluttaminen on lasten elämässä kiinnostava ja monia tunteita herättävä aihe, enkä usko, että lapsilla on kovinkaan paljon mahdollisuuksia puhua siitä ja tuoda esiin omaa näkökulmaansa. Lapset osoittivat haastattelussa, että miettimällä omia kokemuksiaan ja liittämällä niihin uusia ajatuksia, he pystyivät tarjoamaan tutkijalle tutkimuksen kannalta arvokasta tietoa (Aarnos 2007: 170, 174).

4.4 Tutkimusaineiston analysointi

4.4.1 Yleisiä periaatteita

Tutkimusaineiston analyysitavan valintaan ei ole yksiselitteistä ohjetta ja eri tutkimuksissa aineiston käsittelytavat vaihtelevat. Analyysitavan valinnassa on huomioitava sen soveltuvuus yksittäisen tutkimuksen kannalta. Lisäksi analyysin valintaan vaikuttavat tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuksen aineiston kokonaisuus. Aineiston monimuotoisuus, tarinat, äänitteet ja niistä tehtyt muistiinpanot tekevät analyysivaiheesta haastavan ja työlään. (Puusa 2011, 114.) Tutkimuksen analysoinnissa tutkijan tehtävänä on löytää kiinnostavia huomioita aineistosta ja löytää tavat miten esittää ne tutkimuksessaan. Tutkija tutustuu aineistoonsa tarkastellen, miten asioita on käsitelty ja miten kysymyksiin on vastattu. Tutkija opettelee tuntemaan aineistonsa piirteitä. Hän luokittelee, jäsentää ja järjestelee saamansa tutkimusaineiston vertailtavaksi ja rinnastettavaksi (Ronkainen ym. 2011, 119–126) muodostaakseen aineistostaan kokonaiskuvan (Puusa 2011, 121).

Tutkimusprosessissa tietoa tuotetaan aineiston avulla, jota pitäisi pyrkiä tarkastelemaan mahdollisimman avoimesti. Tärkeää aineistosta on selvittää, miten tutkittavat ymmärtävät tutkittavan ilmiön ja aiheen. Tutkijan pitäisi pystyä perustelevaan, miten hänen esiymmärryksensä erotetaan tutkimusaineiston analysoinnista, koska esioletusten ei pitäisi vaikuttaa

analysointiin. Tutkimusaineiston käsittely on analysoitavan aineiston järjestelemistä helpommin hallittavampaan muotoon. Nauhoitetut haastattelut litteroidaan eli kirjoitetaan tekstiksi sillä tarkkuudella kuin tutkimuksen kannalta on tarpeellista. Yksinkertainen litterointi riittää luokitteluun ja teemoitteluun. Tekstiä käsitellessään tutkija poistaa osan tiedoista aineiston selkiyttämiseksi. (Ronkainen ym. 2011, 122–123.)

Laadulliseen aineiston analyysiin voi suhtautua kahdella tavalla. Käytetyn aineiston avulla voi olettaa saavansa totuudenmukaista vääristelemätöntä tietoa. Aineistoon voi myös suhtautua suhteellisemmin ja ajatella sen olevan tilanteen ja tarkoituksen mukaan muotoutunut. Tutkimuslähtökohta ja tutkimuksen tavoitteet määrittävät tavan, jolla tutkija suhtautuu aineistoonsa. (Puusa 2011, 118.) Aineiston analysoinnissa joudutaan pohtimaan, mitä kysymyksiä aineistolle asetetaan ja ratkaisemaan, millä kriteereillä valitaan tarkemmin analysoitavat osat aineistosta. Lisäksi joudutaan miettimään, millaisia näkökulmia ja rajoituksia tutkimushenkilöillä, esimerkiksi lasten tulkinnoilla ja käsitteillä on tutkijan tekemiin valintoihin, tulkintoihin ja käsitteisiin. (Karlsson 2010, 133.)

Aineiston analyysin tarkoituksena on muodostaa aineistosta kokonaisuus, jonka avulla on mahdollista tuottaa monipuolinen tulkinta ja tehdä johtopäätöksiä tutkittavasta ilmiöstä. Analyysin tekemiseen liittyy sekä analysointia että synteiesien tekemistä. Analyysivaiheessa aineistoa eritellään, tiivistetään ja luokitellaan. Synteiesin tekemisellä tarkoitetaan kokonaiskuvan luomista aineistosta ja tutkimuskohteen esittämistä uudesta näkökulmasta. Synteiesit kokoavat yhteen tutkimustulosten pääseikkoja ja auttavat vastaamaan tutkimuksessa asetettuihin ongelmiin. Tulosten esittämisessä analyysin tekemisen lisäksi olisi myös kiinnitettävä huomiota tulkintaan. Tulkinnan avulla pohditaan ja selvennetään aineiston analyysissä esiin nousevia merkityksiä. (Puusa 2011: 116, 123.)

Hermeneuttisen kehän kulkeminen aineiston ja sen tulkinnan vuorotellessa tarkoituksena on lisätä tutkijan ymmärrystä tutkittavasta aiheesta. Tutkijan omasta perspektiivistä vapautuminen on ihanne, jota kohti pyritään mutta sitä ei kuitenkaan pystytä täydellisesti tavoittamaan. Tutkijalle tärkeintä on pyrkiä avoimeen asenteeseen tutkimusaineistoaan ja aiheitaan kohtaan. Tutkijan olisi nähtävä uusin silmin toisen ilmaisemat asiat. Aineiston pohjalta tutkija tekee tulkintansa ja esittää todennäköisimmän ja uskottavimman tulkinnan, sille mitä tutkittava on tarkoittanut. (Laine 2001, 34.) Merkitysrakenteiden tulkinnassa tutkimustulos ei ole se, mitä tutkittavat sanovat. Tutkittavien lausumat ovat vihje jostakin, joka tutkijan on selvitettävä. (Moilanen & Räihä 2007, 57.)

Fenomenologis-hermeneuttisessa tutkimuksessa on tavoitteena ymmärtää tutkittavien merkitysmaailmaa tutkimushetkellä ja tavoittaa toisen kokemus hänen ilmaisemallaan tavalla. Tutkimuksessa etsitään toisen omaa erityistä suhdetta tutkittavana olevaan ilmiöön. Tutkimuksessa ei käytetä teoreettisia viitekehyksiä, koska se estäisi toisen ihmisen kokemuksen maailman tavoittamisen. Tutkijalla on kuitenkin tutkimuskohdetta koskevia teoreettisia lähtökohtia, jotka ohjaavat hänen tutkimuksensa tekemistä. (Laine 2001, 31–33.) Tutkimuksen tuloksissa tutkija joutuu pohtimaan, mikä on näille lapsille yhteistä ja selittyy lapsuuteen kuuluvana ja mikä on yksilöllistä ja liittyy lasten persoonallisuuden ja kasvuympäristön eroihin (Aarnos 2007, 180).

4.4.2 Tarinoiden analysointi

Tutkimusaineistossani on yhteensä 45 lasten kirjoittamaa eläytymismenetelmätarinaa. Koulusta 1 sain yhteensä 22 kertomusta, joista 14 oli poikien ja 8 tyttöjen kirjoittamia ja koulusta 2 sain yhteensä 23 kertomusta, joista 12 oli poikien ja 11 tyttöjen kirjoittamia.

Eläytymismenetelmätarinoiden yleisimpiä analysointitapoja ovat teemoittelu ja tyypittely. Tyypittelyssä samantyyppisiä tarinoita järjestetään selviksi ryhmiksi. Tyypittelyssä tehdään yhteenvetoja, joihin on kerätty vastauksista saatuja asioita. (Eskola 1997, 85; Tuomi & Sarajärvi 2009, 120–121.) Analysoin lasten eläytymistarinoiden sisältöjä teemoittelemalla, tyypittelemällä ja kvantifioimalla. Laadullisen tarkastelun rinnalla aineistoa oli mahdollista käsitellä myös määrällisen tutkimusotteen avulla. Tarinoita analysoidessani pidin mielessäni tutkimuskysymykseni. Aineiston kvantifiointi tapahtui laskemalla kuinka moni tutkittavista lapsista ilmaisi saman toiveen tai haaveen. Tämän jälkeen sijoitin lasten yhteisesti ilmaiset toiveet taulukon ja kuvion muotoon jatkotarkastelua varten. Tämä auttoi selvittämään, mihin asioihin lasten toiveet jakautuivat sukupuolittain ja myös eri koulujen välillä. Se toi myös esiin eri teemoja. Pystyäkseen vertailemaan kouluja keskenään pidin koko ajan eri koulujen antamat vastaukset toisistaan erillään. Lisäksi jaottelin lasten tarinoiden sisällöt teemoittain. Tulkintoja lasten tarinoista vertailin kulutukseen ja mediakulttuuriin liittyviin teorioihin ja tutkimuksiin.

4.4.3 Haastattelujen analysointi

Haastattelujen analysoinnin taustalla oli fenomenologis-hermeneuttinen lähestymistapa, joka ohjasi analysoinnin tekemisen periaatteita. En kuitenkaan käyttänyt analysoinnissa mitään tiettyä fenomenologista tai hermeneuttista analyysimenetelmää. Haastattelun analysoinnissa käytin aineistolähtöistä analyysia. Aineistolähtöisessä lähestymistavassa etsitään teemoja, joista tutkittavat puhuvat. Teemoittamisella tarkoitetaan aineiston pelkistämistä ja tekstin olennaisimpien asioiden löytämistä. Sen avulla pyritään tavoittamaan tekstistä nousevien merkitysten ydinkohtia. Teemat liittyvät tekstin sisältöön, eivätkä sen yksittäisiin kohtiin. Teemoittamisessa tutkija lukee tekstin useaan kertaan ja pyrkii löytämään sen keskeiset merkitykset jopa rivien välistä. Tutkijan ongelmanasettelusta riippuen tutkija hakee johonkin tiettyyn asiaan liittyviä merkityksiä tai etsii tekstin kokonaisuuden sisällöllisen logiikan. (Moilanen & Räihä 2007, 55.)

Aineistolähtöisessä analyysissa aineistoa lähestytään teemojen kautta. Tutkija voi lähteä teemoittamaan aineistoaan omien kysymystensä avulla tai käyttää teemahaastattelussa käytettyä haastattelurunkoa apuvälineenä. Aineistosta seulotaan teemahaastattelurungon avulla esille tekstikohtia, jotka kertovat kyseisistä asioista. Tutkija etsii merkityksiä sen mukaan, mitä tutkittavat kunkin teeman kohdalla puhuivat. Teemojen avulla pyritään tavoittamaan tekstin merkityksien ydin. (Eskola & Suoranta 1998, 153.) Teemoittelun tekee haasteelliseksi se, että yksittäisen teeman kokonaisuuden muodostamiseksi on analysoitava ja tulkittava useampia kysymyksiä, joissa teemaan liittyvistä asioista on puhuttu (Puusa 2011, 121).

Aloitin haastatteluaineiston analyysin kuuntelemalla sen useaan kertaan. Samalla muodostin yleisen näkemyksen siitä, millaisia asioita aineisto sisältää ja miten lapset olivat vastanneet kysymyksiin. Seuraavaksi litteroin haastattelut. Litterointi tuotti noin 63 sivullista tekstiä. Litterointi auttoi aineiston käsittelyssä, muokkaamisessa ja sisällön kokonaisuuden hahmottamisessa. Kirjoitin haastattelut kunkin haastateltavan osalta ensin kokonaisuudessaan. Sen jälkeen poistin haastateltavien vastauksista toistot ja täytesanat parantaakseni tekstin ymmärrettävyyttä.

Seuraavaksi siirryin aineiston teemoitteluun. Tarkemmin käsiteltävät teemat määrittyivät haastattelussa käytetyn teemahaastattelurungon ja lasten haastattelutilanteissa nostamien aiheiden pohjalta. Analysoitaviksi teemoiksi määrittyivät merkkituotteet, vapaa-aika, kave-

risuhteet, vanhemmat, koulu, ostaminen ja rahankäyttö. Seuraavaksi järjestin aineistoa näiden teemojen mukaan poimimalla, jokaisen lasten kertomista asioista kuhunkin teemaan liittyviä tekstikohtia, joista muodostin yhteisiä sisältöjä. Sitten tarkastelin eri teemojen osalta, millaisena lasten käsitykset kuluttamisesta näyttäytyivät kokonaisuudessaan. Tämä auttoi kokonaiskuvan muodostamisessa merkityskokonaisuuksista. Analysoinnissa samoihin tutkimusvaiheisiin oli palattava yhä uudelleen. Nostin esiin eri teemojen kannalta mielenkiintoisia sitaatteja tulkittavaksi.

Seuraavaksi pyrin yksinkertaistaman lasten asioille antamia merkityksiä. Luin aineistoa useaan kertaan ja tein siitä tulkintoja. Tulkinnan avulla loin ymmärrystä lasten arkielämästä ja kuluttamisesta osana sitä. Tulkinnessa muodostin yhtenäisen kertomuksen kymmenen lapsen kokemuksista. Sen jälkeen tein tulkintoja aineistosta kokoamieni teemojen kautta lasten ilmaisemista kokemuksista ja heidän niille antamista merkityksistä. Kokemusmaailmani ja merkitysjärjestelmäni vaikuttivat tekemiini tulkintoihin jollakin tasolla, vaikka pyrinkin tarkastelemaan lasten ilmaisemia kokemuksia avoimesti ja esiyymmärrystäni häivyttäen.

Aineiston käsittelyn ajaksi, jätin aikaisemmat aiheesta tehdyt tutkimukset syrjemmälle, jotta ne eivät ohjaisi omia aineistosta tekemiäni tulkintoja. Tutkimuksen lopussa ja aineiston tulkinnan tehtyäni palasin jälleen myös aiempiin tehtyihin tutkimuksiin omien tutkimustuloksien näkökulmien kriittisen tarkastelun tueksi. Peilasin tutkittavien kokemuksia yhteiskunnallisiin käsitteisiin ja tapaan puhua tutkittavasta ilmiöstä. Haastattelusitaatit on valittu sen mukaan, että tarkasteltava ilmiö tulee niissä mahdollisimman hyvin esiin. Yksittäiset lapset kertovat myös lasten jaettuja kokemuksia, millaisena kuluttaminen näyttäytyy lasten näkökulmasta. Tulkintakehikkona on lasten marginaalinen asema, ei täysivaltaisina kansalaisina ja kuluttajina.

4.5 Luotettavuuden arviointi

Laadullisessa eli kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkija joutuu koko tutkimuksensa teon ajan jatkuvasti pohtimaan tekemiään ratkaisuja ja ottamaan kantaa luotettavuuskysymyksiin. Luotettavuutta arvioitaessa mukaan otetaan koko tutkimusprosessi. Tutkimuksen luotettavuutta tarkastellessa lähtökohtana on ymmärrys siitä, että tutkija on keskeinen tutkimusväline. (Eskola & Suoranta 1998, 212.) Tutkimuksessa tuodaan esiin tutkimuksen koh-

de ja tarkoitus eli mitä tutkija on tutkimassa ja miksi. Tutkimuksen kohteella tarkoitetaan ilmiötä, jota ollaan tutkimassa. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 140.) Tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa luotettavuutta tarkastellaan sekä tutkimuksen kokonaisuuden että tutkimuksen tulosten osalta. Kaikissa tutkimuksissa luotettavuuden peruskysymykset ovat tutkiiko tutkimus sitä, mitä se sanoo tutkivansa, kuvaavatko tutkimuksessa käytettävät käsitteet tutkittavaa ilmiötä ja aineistoa sekä onko tieto pätevästi tuotettua ja päteekö tieto tutkimuskohteeseen. (Ronkainen ym. 2011, 130.)

Laadulliset tutkimusmenetelmät joudutaan räätälöimään tutkimuksen tarkoituksen ja käytettyjen aineistojen mukaan. Valitsemani tutkimusmenetelmät soveltuvat hyvin tutkimuksen lähtökohtaan tutkia lapsen kokemuksia hänen omasta näkökulmastaan käsin. Tutkimuksessa kohdeilmiön kuvaaminen ja sen huomioonottaminen kulkevat koko ajan mukana tutkimusprosessissa. Tutkimuksen suorittamisen osuus muodostuu yksilölliseksi kuvaukseksi tehdyistä ratkaisuista, jossa tutkija pohtii ja kuvaa tekemiään valintoja tutkimuksen eri vaiheissa. (Aaltio & Puusa 2011, 164–165.)

Tutkijan on selvitettävä miten hänen omat sitoumuksensa ohjaavat tutkimuksen tekemistä. tuomalla esiin, miksi ilmiön tutkiminen on ylipäänsä tarpeellista ja mielekäästä ja miten tutkijan omat oletukset ja ajatukset tutkittavasta ilmiöstä mahdollisesti muuttuvat tutkimuksen teon aikana. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 140.) Olen pyrkinyt käsittelemään näitä seikkoja oman pohdintani avulla johdannossa ja pohdinnassa. Luotettavuuden arvioinnissa tutkimuksen perusteet ja tulokset tuodaan avoimiksi ulkopuoliselle tarkastelulle (Aaltio & Puusa 2011, 154). Tutkimusraportissa keskeistä on antaa lukijoille tarpeeksi tietoa tutkijan tekemistä valinnoista tutkimuksen eri vaiheissa. Tutkijan on myös pyrittävä kuvaamaan aineistonsa mahdollisimman tarkasti sekä aineistostaan tekemänsä analyysi selkeästi. (Ronkainen ym. 2011, 136.)

Tutkimuksen onnistumiseksi on tärkeää, että tutkimukseen osallistuvat henkilöt ovat halukkaita kertomaan omia kokemuksiaan tutkijalle. Haastattelutilannetta arvioitaessa fenomenologisessa tutkimuksessa tärkeänä pidetään tutkijan kykyä olla vuorovaikutuksessa toisen ihmisen kanssa. Tarkoituksena on luoda mahdollisimman turvallinen ilmapiiri, jossa toisen ihmisen on helppoa kertoa kokemuksistaan. (Lehtomaa 2005, 178.) Tutkimukseeni osallistuvat lapset halusivat tulla haastateltaviksi ja he halusivat kertoa omasta elämästään ja kokemuksistaan. Useimpien lasten kohdalla onnistuin luomaan vapaan ilmapiirin, jossa heidän oli helppoa kertoa omista kokemuksistaan. Haastattelutilanteessa jouduin keskitty-

mään niin intensiivisesti haastattelun etenemiseen, etten pystynyt havainnoimaan muita tilanteissa vaikuttavia asioita, sen vuoksi haastattelun keskiössä on nauhoitettu materiaali ja siitä tehdyt litteroinnit eivät havainnot.

Olen pyrkinyt kuvaamaan tutkimaani ilmiötä tutkimuksen tiedonantajien avulla. Valitsin tutkimukseni tiedonantajiksi 11–13-vuotiaat lapset, koska arvelin saavani heiltä tietoa parhaiten lasten kuluttamisesta. Valitsin heidät tutkimukseeni asiantuntijoiksi kertomaan omista kuluttamiseen liittyvistä toiveistaan ja haaveistaan ja kuluttamisen merkityksestä omassa elämässään. Tutkimukseni tavoitteena on kuvata lasten käsityksiä heidän kokemusmaailmastaan muodostamien merkitysten avulla. Tutkin lasten kuluttamiselle antamia merkityksiä.

Tutkija luo tutkimusasetelman ja tulkitsee sitä havaintojensa avulla. Havaintojen luotettavuutta arvioitaessa on huomioitava pyrkiikö tutkija ymmärtämään ja kuulemaan tiedonantajia itsenään vai suodattuuko tiedonantajan kertomus tutkijan omien havaintojen kautta. Tutkimuksen tarkoituksena on tuottaa mahdollisimman luotettavaa ja objektiivista tietoa, joka perustuu totuuteen. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 135–136.) Tutkija ja tutkimuskohde ovat vuorovaikutuksessa keskenään (Aaltio & Puusa 2011, 154). Lasten elämismaailman ymmärtäminen on haasteellinen tehtävä, enkä voi sanoa ymmärtäväni ja tavoittavani täydellisesti lasten kokemuksia ja heidän eri asioille antamia merkityksiä. Tutkimukseni kautta tein tulkintoja lasten minulle kertomista kuluttamiseen liittyvistä merkityksistä oman esiymmärrykseni avulla.

Tutkijana pohdin paljon sitä, ovatko lasten tuottamat tiedot heidän itse tuottamiaan vai vaikutinko ja johdattelinko heitä vastaamaan tietyllä tavalla. Saamieni vastausten pohjalta, en usko vaikuttaneeni lasten antamiin vastauksiin, vaan heillä oli mahdollisuus tuottaa omia käsityksiään keskustelluista aiheista. Lapset vastasivat kysymyksiin johdonmukaisesti aineiston analysoinnin perusteella. Lasten eläytymismenetelmätarinoissa kertomat asiat nousivat esiin myös lasten haastatteluissa. Tehtäväni oli pyrkiä saamaan aineistosta esiin tutkimukseni kannalta keskeisiä asioita hyödyntäen lapsilta saamiani arvokkaita tietoja. Tutkimukseni myös paljasti miten olin osannut kuunnella lapsia ja olinko antanut heille mahdollisuuden kertoa omien kokemustensa perusteella elämästään.

Lapsia koskevassa tutkimuksessa aineisto on tutkimusta varten tuotettua tai arjessa syntyntä materiaalia. Suoraan tutkituilta eli informanteilta saatua tietoa ovat esimerkiksi välillisesti tuotetut haastattelut ja eletyssä nykyhetkessä tuotetut aineistot kuten lasten kirjoit-

tamat kertomukset. (Karlsson 2010, 127.) Tutkimukseni aineisto on tuotettu tutkimusta varten. Lapset kirjoittivat eläytymismenetelmässä oman tarinansa annetun kehyskertomuksen perusteella. Tarinat olivat uskottavia ja niitä voidaan pitää mahdollisina kuvauksina lasten elämäntodellisuudesta ja siitä millaisista asioista 11–13-vuotias lapsi haaveilee. Tutkimukseen osallistui 45 lasta kahdesta eri koulusta. Heidän antamien vastausten perusteella ei voi tehdä yleisempiä päätelmiä lasten kuluttamisesta. Toisaalta kuluttamiseen liitetyt käsitykset ovat kulttuurisidonnaisia ja lapset elävät samassa kulutuksen keskeisessä kulttuurissa, joten lapsilla on myös yhteisiä ja jaettuja kuluttamiselle annettuja merkityksiä.

Tutkimuksessani oli tarkoituksena selvittää näkyykö lasten kuluttamisessa eroja eri koulujen ja eri sukupuolien välillä. Koulujen välillä eroja ei ilmennyt kovinkaan paljon. Ainoastaan matkustamiseen, kalliisiin harrastuksiin ja harrastusvälineisiin kohdistuvat toiveet korostuivat koulun 1 kohdalla, jonka voisi ajatella kertovan siitä, että tässä koulussa olisi enemmän lapsia hyvätuloisista perheistä. Tämä on kuitenkin vain ajattelun tasolla esiin noussutta pohdintaa, koska minulla ei ole tarkempaa tietoa lasten taustoista. Muutenkin ainoastaan lasten kirjoittamien tarinoiden perusteella ei voi tehdä kovinkaan pitkälle meneviä johtopäätöksiä lasten perheiden varallisuudesta tai sosioekonomisesta asemasta. Tarinat antoivat kuitenkin viitteitä siitä ja rivien välistä pystyi lukemaan, että tutkimukseen osallistui hyvätuloisten perheiden lisäksi lapsia pienempituloisista perheistä.

Kuluttaminen voi olla sensitiivinen aihe, josta ei välttämättä haluta puhua vieraille ihmiselle. Tästä kertoi varmaan myös se, että aika iso osa perheistä kielsi lastensa osallistumisen haastatteluihin. Eläytymismenetelmä oli sopiva tällaisen aiheen tutkimiseen, koska se antoi lapsille mahdollisuuden ilmaista asioita siinä määrin kuin he itse halusivat niistä kertoa tai jättää kertomatta. Tutkimukseen osallistui poikia tyttöjä enemmän, joten tutkimustuloksia ei voi tarkkaan vertailla keskenään. Ne kuitenkin kertovat millaisiin asioihin tyttöjen ja poikien kiinnostuksen kohteet kohdistuivat.

Haastatteluihin osallistui 10 lasta. Koen, että haastateltavien määrä oli sopiva ja sain heiltä tutkimustani varten rikkaan, monipuolisen ja ajatuksia herättävän aineiston. Haastatteluun valikoitui enemmän tyttöjä kuin poikia, vaikka ajattelin alussa, että molempia osallistuisi yhtä paljon. Tarinoita lukiessani en kiinnittänyt valinnassani huomiota sukupuoleen, vaan tarinan kiinnostavuuteen ja erilaisuuteen, jotta saisin tutkimukseeni osallistujiksi lapsia, joilla olisi erilaisia näkemyksiä kuluttamisesta.

Tutkijan on aineiston esiteltyään perusteltava tutkimuksensa avulla mitä tutkitusta asiasta voidaan väittää. Tutkimuksen päätelmiä peilataan tutkimusilmiöstä aiemmin tiedettyihin asioihin. Teoreettisia johtopäätöksiä ovat keskeisimmät tutkimustulokset, joiden avulla tutkija kykenee vastaamaan tutkimukselle asetettuihin kysymyksiin. Tutkimuksen kannalta olennaisessa osassa ovat tutkimuksessa käytettävät menetelmät. Niiden avulla tutkijan on mahdollista nähdä tutkittavasta ilmiöstä eri asioita ja löytää vastauksia esittämiinsä tutkimusongelmiin. (Puusa 2011, 124.) Luotettavuustarkasteluissa kiinnitetään huomiota myös aineiston keräämiseen ja sen onnistumiseen. Tutkimuksen luotettavuutta voi lisätä hankkimalla monenlaisia aineistoja eri menetelmien avulla tutkittavasta aiheesta. Eri metodien avulla tuotetaan yhteistä kuvaa todellisuudesta. (Aaltio & Puusa 2011, 164–165.) Käytin tutkimukseni aineiston keräämiseen kahta tutkimusmenetelmää eläytymismenetelmää ja haastattelua. Tutkimuksessani triangulaatiota käytettiin laajemman ja kokonaisemman näkemyksen muodostamiseksi tutkimastani ilmiöstä (Tuomi & Sarajärvi 2009, 144).

Kahden tutkimusmenetelmän triangulaation avulla sain mahdollisuuden tarkentaa ja selvittää tutkittavaa ilmiötä, joka auttoi muodostamaan kokonaisemman ja laajemman kuvan tutkimuskohteesta. Kaksi eri tutkimusmenetelmää myös täydensivät toisiaan ja esiintoivat erilaisia näkökulmia. Tutkimuksen aineiston rikkauden ja monipuolisuuden kannalta näen hyvänä ratkaisuna kahden menetelmän käyttämisen. Mutta koin, että kokonaisuuden hallitseminen ja kahden erilaisen tutkimusmenetelmän käyttäminen oli haastava tehtävä aloittelevana tutkijana. Koin myös hyvin haasteellisena fenomenologis-hermeneuttisen tutkimusmenetelmän ja sen käyttämisen tutkimuksessani, koska tutkimukseni ei ole puhtaasti kumppaakaan. Koska kuitenkin tutkin lasten kokemuksia ja kuluttamisen merkityksiä lapsille, niin valitsin kyseisen metodin tutkimukseni analysoinnin taustaksi ja apuvälineeksi.

Eläytymismenetelmän kehyskertomuksen suunnittelu oli aikaa vievä ja huolellista suunnittelua vaativa tutkimusvaihe. Se vaati myös esitestaamista ja siksi ennen empiirisen aineiston keräämistä suoritin esitutkimuksen, jossa testasin eläytymiskertomuksen sisällön soveltuvuutta eri-ikäisille lapsille. Alussa tarkoituksena oli tehdä kehyskertomuksen variointi eli muuntelu, jolloin saadaan erilaisia eri näkökulmista tarkasteltuja kertomuksia, mutta tätä ei toteutettu lopullisessa aineistonkeräyksessä, vaan käytettiin vain yhtä kehyskertomusta. Tämäkin toteutustapa tuotti riittävästi aineistoa mutta variaation avulla olisi voinut tuottaa toisesta näkökulmasta olevaa tietoa ja saada aineistoon enemmän vaihtelua (Eskola 1998, 69).

Eläytymismenetelmän käyttöä puolustavat sen nopeus ja helppous. Siitä aiheutuu vähän haittaa sekä koulun että tutkimukseen osallistuvien lasten osalta. Saadakseni tutkimukseeni lasten vastauksia tein päätöksen, että kaikki lapset kirjoittaisivat eläytymistarinan. Tutkimukseen osallistumisen vapaaehtoisuus herättää pohdintaa tältä osin. Lasten ja vanhempien suostumusta kysyin haastatteluihin osallistumisesta. Eläytymismenetelmätarinan kirjoittaminen, ehkä antoi lapsille ajattelemisen aihetta myös haastattelua varten. He olivat prosessoineet aihetta ennen haastattelua, joten aihe oli heille etukäteen tuttu ja siitä puhuminen oli varmaankin helpompaa. Lapsilla oli mahdollisuus kirjoittaa asioita vapaasti ja omasta näkökulmastaan asioita tarkastelemalla. Lapsilla oli myös vapaus valita mistä asioista he haluavat kertoa. Eläytymismenetelmää käyttämällä sain tutkimusaineistoksi lasten kirjoittamia tarinoita, joiden avulla pystyin vastaamaan tutkimuksessa esitettyihin kysymyksiin. Eläytymismenetelmää ja sen käyttämistä tiedonhankinnan välineenä käsittelen tarkemmin omassa alaluvussa.

Tutkimustuloksien yhteydessä on esitetty aineistolainauksia, joiden avulla perustellaan tehtyjä tulkintoja (Ronkainen ym. 2011, 136). Tutkimustuloksia on esitetty myös taulukoiden ja kuvioden muodossa. Niiden avulla on mahdollisuus selvittää millaisia yhteisiä toiveita tutkituilla lapsilla on ja miten ne jakautuvat eri koulujen ja sukupuolien välillä. Tapauksen laskemisessa ja tyypittelyssä ei ole kysymys kvantitatiivisesta analyysistä sen perinteisessä merkityksessä. Taulukoinnin avulla voidaan esitellä aineistoa, johon laadullinen analyysi perustuu. Taulukoinnin avulla voidaan osoittaa miten aineistoa on käytetty systemaattisesti. (Alasuutari 1999, 193.)

Laadullisissa tutkimustavoissa tietoa tuotetaan erilaisten valintojen ja tulkintojen pohjalta ja käsitteellistämällä tutkimuskohde. Laadullisen tutkimuksen läheisyys tutkittavaan ilmiöön ei vapauta tutkimuksen validiteetin tarkastelusta. (Ronkainen ym. 2011,130.) Kohdeilmiön kuvattavuus ja tutkimusmenetelmien kyky tuottaa luotettavaa tietoa ovat laadullisen tutkimuksen tavoitteita, ja ne sivuavat validiteetin ja reliabiliteetin käsitteitä. Laadullista tutkimustakaan ei voida tehdä miten tahansa. Tutkimuksen analysoinnin arvioiminen on saatujen tutkimustulosten pohdintaa. Tutkimuksen tekemiseen ja aineistojen analysointiin vaikutti tutkimuksessa käytetty fenomenologis-hermeneuttinen tutkimusmetodi. Tutkimuksessa pyritään tuomaan esiin tutkittavien käsityksiä ja merkityksiä mahdollisimman totuudenmukaisina. Validiteetilla laadullisessa tutkimuksessa tarkoitetaan kuinka eheä on tutkimuksen kohteeksi määritelty ilmiö. Tutkimuksen avulla lisätään ymmärrystä ilmiöstä ja tehdään se näkyvämmäksi. (Aaltio & Puusa 2011: 155, 157.)

Tutkijan on ymmärrettävä, miten hänen tekemänsä valinnat ja tulkinnat vaikuttavat tutkimuksen eri vaiheissa. Tutkijan on perusteltava, miten hän on päätenyt tulkintoihinsa tutkimuksessaan ja miksi hänen esittämänsä tulkinta on tärkeä ja oleellinen. Teoria sitoo tutkimuksen alueella käytävään keskusteluun. Tutkijan henkilökohtaisiin näkemyksiin ja intresseihin perustuvat tutkittavan ilmiön valinta ja tutkimusongelmat. Tutkijan on tarkasteltava kriittisesti käyttämäänsä kirjallisuutta, valitsemiaan menetelmiä sekä aiempia ja omasta tutkimuksesta nousevia tutkimustuloksia. Tutkijalta edellytetään reflektiivisyyttä, omien kokemusten etäännyttämistä ja peilaamista koko tutkimusprosessin ajan. (Aaltio & Puusa 2011, 157–158.)

Aineistoa analysoidessani yritin niin paljon kuin mahdollista antaa aineiston puhua ilman, että itse liikaa tulkitsisin oman esiymmärryksen kautta lasten käsityksiä. Aiheesta tehty tutkimus antoi ajattelemisen aihetta ja auttoi ymmärtämään paremmin lasten tuottamia vastauksia ja niiden tulkintaa. Omasta tutkimuksesta esiin nousseita tutkimustuloksia oli kiinnostavaa verrata aiheesta aiemmin tehtyihin tutkimuksiin. Aineiston analysoinnin kaikkia vaiheita en ole pystynyt raportoimaan, koska en aina itsekään tiedä tarkalleen miten olen oman ajatteluni avulla tehnyt aineistostani päätelmiä. Olen edellä aineiston hankintaa ja analyysiä käsittelevissä jaksoissa esittänyt tutkimukseni toteuttamiseen liittyviä yksityiskohtia, joiden avulla toivottavasti selviää miten olen päätenyt esittämiini tutkimustuloksiin. Olen pyrkinyt kuvaamaan tutkittua kohdetta mahdollisimman tarkasti tutkimusaineiston määrittämissä rajoissa. Olen myös esittänyt aineistonkeräyksen ja sen jälkeiset aineiston analysoinnit selventääkseni tutkimusprosessin kulkua. Olen selvittänyt, miten olen huominnut tutkimuksessani eettisiä kysymyksiä tutkimusta tehdessäni ja miten tutkimusaineistoa käytetään.

Lasten tutkiminen oli haasteellista, vaikka minulla on kokemusta eri-ikäisten lasten kanssa työskentelystä. Tutkimustilanne on kuitenkin erilainen luonteeltaan kuin muut vuorovaikutustilanteet lasten kanssa. Myös itsensä mieltäminen tutkijan roolissa oli uudenlainen kokemus ja vaati totuttelua. Eläytymismenetelmän toteuttaminen vaati suunnittelua ja etukäteen valmistautumista tilanteeseen.

Samoin haastattelut, koska oli mietittävä mistä aiheista lasten kanssa keskustelisin ja miten valitsisin teemat. Lasten kanssa tutkimusta tehdessä on hyvä olla valmiina aiheita, joista heidän kanssa keskustelea, koska lasten motivoiminen haastatteluun vaatii keskittymistä tilanteeseen. Haastattelun aikana huomasin, että lapset käsittivät esimerkiksi kuluttamisen

ja ostamisen eri tavalla käsitteinä. Ehkä tutkimuksen alussa olisi ollut hyvä aluksi selventää tutkimuksessa käytettäviä käsitteitä yhdessä lasten kanssa. Tällä ei kuitenkaan ollut suurta vaikutusta tutkimuksen etenemisen kannalta. Melkein kaikki lapset vastasivat innokkaasti ja oman näkemyksensä mukaan haastatteluihin. Lasten välillä oli persoonallisia eroja heidän tavassaan ilmaista asioita. Toiset lapsista puhuivat avoimemmin omista asioistaan. Toiset pidättyvämmän. Haastattelussa oli huomioitava, että olin lapsille vieras aikuinen, joka tuli kyselemään heidän kokemuksistaan ja elämästään. Tästä huolimatta lapset olivat kuitenkin valmiita kertomaan omasta elämästään ja tuntuivat pitävän siitä, että heidän elämänsä kohtaan osoitettiin mielenkiintoa.

Lasten haastattelua varten suunnittelin teemahaastattelurungon keskustelun tueksi ja jotta keskittyisin tutkimuksen kannalta keskeisiin seikkoihin. Teemahaastattelu on melko avoin menetelmä, vaikka siinä edetään etukäteen valittujen teemojen varassa (Puusa 2011, 82). Haastattelun avulla tutkijalla on mahdollisuus päästä lähelle tutkittavia henkilöitä ja ymmärtää jollain tasolla haastateltavien subjektiivisia, heidän omien kokemustensa perusteella muodostamia käsityksiään. Tutkija ei kykene välittämään tutkittavien ajatuksia sellaiseenaan, vaan esittämään niistä ajattelunsa avulla tekemiään tulkintoja. (Puusa 2011, 78.) Tutkimuksessa halutaan lisätä ymmärrystä kiinnostavista asioista. Tutkija ihmettelee ja saa tutustua toisen ihmisen kokemukseen, joista hän oman ajattelunsa avulla muodostaa käsityksiä pyrkien ymmärtämään toisen ihmisen kokemusmaailmaa. (Perttula 2005, 155–157.)

Tutkimuksen ajallisella kestolla on vaikutusta luotettavuustarkasteluissa (Tuomi & Sarajärvi 2009, 140). Oman tutkimukseni kannalta aihe on ollut pitkäaikaisen harkinnan tulos. Perehdyin aiheeseen jo kandidaatin työssäni, jossa kirjallisuuskatsauksen avulla selvitin miten media- ja kulutuskulttuuri muuttavat käsitystä lapsuudesta. Kandidaatin tutkielmani sain valmiiksi vuonna 2009. Pro gradu- tutkielmassani halusin jatkaa aiheen tutkimista empiirisen tutkimuksen avulla. Aineiston keruun sain tehtyä 2010 ja tutkielmani sai lopullisen kirjallisen muotonsa helmikuussa 2012. Tutkimusprosessi oli pitkä ja vaati paljon työskentelyä ja erilaisten valintojen tekemistä. Koin sen hyvin opettavana ja kasvattavana kokemuksena. Olen tyytyväinen siitä, että minulla oli mahdollisuus tavoittaa ainakin tietyiltä osin lasten kokemusmaailmaa heiltä saamieni eläytymismenetelmätarinoiden ja haastattelujen kautta. Pystyin myös hiukan raottamaan salaisuuden verhoa siitä millaisia merkityksiä lapset kuluttamiseen liittävät ja millaisia ovat heidän toiveensa, haaveensa ja unelmansa kuluttamiskeskeisessä maailmassa.

4.6 Eettisten näkökohtien huomioon ottaminen lapsia tutkittaessa

Tutkimuksessani tutkimushenkilöt olivat alaikäisiä lapsia ja siksi jouduin kiinnittämään erityistä huomiota eettisiin näkökohtiin. Aluksi minun täytyi miettiä miten omat käsityksetni lapsuudesta ohjaavat tutkimuksen tekemistä, eettisiä valintoja ja yleensäkin tutkimuksen toteuttamista. Minun oli huomioitava myös muita tutkimuksen teon erityispiirteitä, kuten miten osaan kohdata lapset tutkimustilanteessa täysivaltaisina subjekteina ja miten lasten aito osallistuminen ja lapsen äänen kuuleminen toteutuu. Lapset nähdään kompetentteina toimijoina ja heidän osallistumistaan ja toimijuuttaan halutaan rohkaista mutta toisaalta lapset mielletään myös yhteiskunnalliselta asemaltaan haavoittuvina, marginaalisessa asemassa olevina ja vaativan erityistä huomiota myös tutkimuskäytännöissä. Lapsia tutkittaessa jouduin myös pohtimaan kenellä on oikeus antaa suostumus lasten tutkimista varten. (Vehkalahti, Rutanen, Lagström & Pösö 2010, 15–17.) Koulussa tehtävä tutkimus vaatii monenlaista lupamenettelyä (Mäkinen 2006, 65). Kouluikäisten lasten kohdalla lupa on saatava koulutoimen johtajalta tai peruspalvelujen palvelupäälliköltä, rehtoreilta, vanhemmilta ja tietysti lapsilta itseltään. Lasten oman suostumuksen lisäksi tutkimuksen tekeminen vaatii myös monien aikuisten suostumusta. Lasten luokse pääsemiseksi on ohitettava monia portinvartijoita koulun rakenteissa ja myös lasten vanhempien osalta. (Helavirta 2006, 197.)

Alakoululaisten kohdalla koulun tehtävänä on informoida tutkimuksesta vanhempia, koska tutkijoille ei saada antaa oppilaiden nimi- ja osoitetietoja (Kuula 2006, 152). Koska alle 18-vuotiaitten tutkimiseen tarvitaan yleensä huoltajien suostumus, niin informoin vanhempia etukäteen tutkimuksesta, johon heillä oli halutessaan mahdollisuus kieltää lastaan osallistumasta. Tämän lisäksi pyysin suostumusta myös lapsilta itseltään. Lasten kohdalla on erityisesti huomiota kiinnitettävä siihen, että tutkimukseen osallistuminen, eivätkä tutkimuksen tulokset hankaloita tai vahingoita millään tavalla siihen osallistuvien lasten elämää. Eettisiin kysymyksiin kuuluvat kuka lapsesta puhuu ja kenen suulla, mihin tietoa käytetään ja millä ehdoin. (Vehkalahti ym.2010: 15–17, 33.)

Koulua käytetään tutkimuksen suorittamiseen, vaikka tutkimus ei sellaisenaan kohdistuisi koulumaailmaan (Strandell 2010, 99). Koulun luokkahuoneessa kerättävissä kyselyissä tulisi tarkkaan miettiä käytännön toteutusta, jotta luottamuksellisuus säilyy. Tutkimustilanteessa lapselle tulee kertoa selkeästi ja ymmärrettävällä tavalla, mistä tutkimuksessa on

kyse ja mihin hänen antamiaan tietoja käytetään. (Alasuutari 2009, 148.) Yli 10-vuotiailla lapsilla myös kaveripiirin merkitys on oleellinen ja tiedonkeruun sosiaalinen konteksti vaikuttaa voimakkaasti vastaamiseen. Haastattelutilanne saattaa muodostua koulumaiseksi, jolloin lapsi antaa olettamiaan oikeita vastauksia. Tällöin vastaukset kuvaavat enemmän lapsen oletuksia pikemminkin kuin, miten asiat oikeasti näyttäytyvät lapsen elämässä. (Alasuutari 2009, 153.)

Lasten haastattelussa on huomioitava, miten instituutio kuten esimerkiksi koulu ja muut toimijat vaikuttavat haastattelutilanteeseen. Lasten kohdalla on erityispiirteenä se, että lapsi ei yksin voi päättää osallistumisestaan tutkimukseen, vaan asiasta on neuvoteltava lapsen vanhempien kanssa sekä tutkimuseettisten että lainsäädännöllisten seikkojen vuoksi. Tiedonsaantia ja luottamuksellisuutta koskevista asioista on hyvä sopia koulun kanssa tutkimuksen alussa kuten esimerkiksi minkä verran koulu saa tietoa tutkimuksesta. (Alasuutari 2009, 147.)

Lapsi on samanlainen toimija kuin muutkin ihmiset ja siksi lapsia tutkimukseen pyydetessä ja heitä lähestyessä tämän pitäisi näkyä. Haastatteluun osallistuvan lapsen oletetaan osaavan muodostaa omia näkemyksiään ja kertovan niistä myös tutkijalle. Lapsi voi siten ottaa kantaa myös tutkimukseen osallistumiseen. Suostumus kysymysten tekemiseen on saatava lapselta itseltään. Lapsia ei voi pakottaa osallistumaan, jos he eivät halua, eivät ymmärrä tutkimuksen tarkoitusta tai eivät pidä siitä, että vieras aikuinen saa tietoa heidän tekemisistään. Suostumus lunastetaan vastaamalla lasten esittämiin kysymyksiin. Lasten pakottamista tutkimukseen osallistumiseen on pyrittävä estämään. Täydellisestä vapaaehtoisuudesta on mahdotonta pitää kiinni tutkimukseen osallistumisessa. (Strandell 2010, 96–97.)

Aineiston keruu on tutkimuksen vaihe, joka eniten herättää eettistä pohdiskelua. Tässä vaiheessa tutkija konkreettisesti kohtaa tutkittavansa ja on tekemisissä heidän kanssaan. Kysymykset koskevat tutkimuskentälle pääsyä, kentällä olemista, tutkittavien suostumusta ja heidän luottamuksensa saavuttamista. Tutkija joutuu tasapainoilemaan tutkimuksen toteuttamisen ja eettisesti kestävien ratkaisujen välillä (Strandell 2010, 94.) Yksityisyyden kunnioittaminen ja tutkittavien tunnistamattomuus eli anonymiteetti on keskeinen eettinen periaate tutkimuksen tekemisessä (Kuula 2010, 225). Tutkimuksessani olen pyrkinyt ottamaan sen mahdollisimman hyvin huomioon, poistamalla lapsiin ja heidän henkilöllisyyteensä ja mahdolliseen tunnistamiseen liittyvät kohdat tutkimustuloksista.

5 TUTKIMUKSEN TULOKSET

5.1 Tyttöjen ja poikien ilmaisemat kuluttamiseen liittyvät toiveet ja haaveet eläytymismenetelmätarinoissa

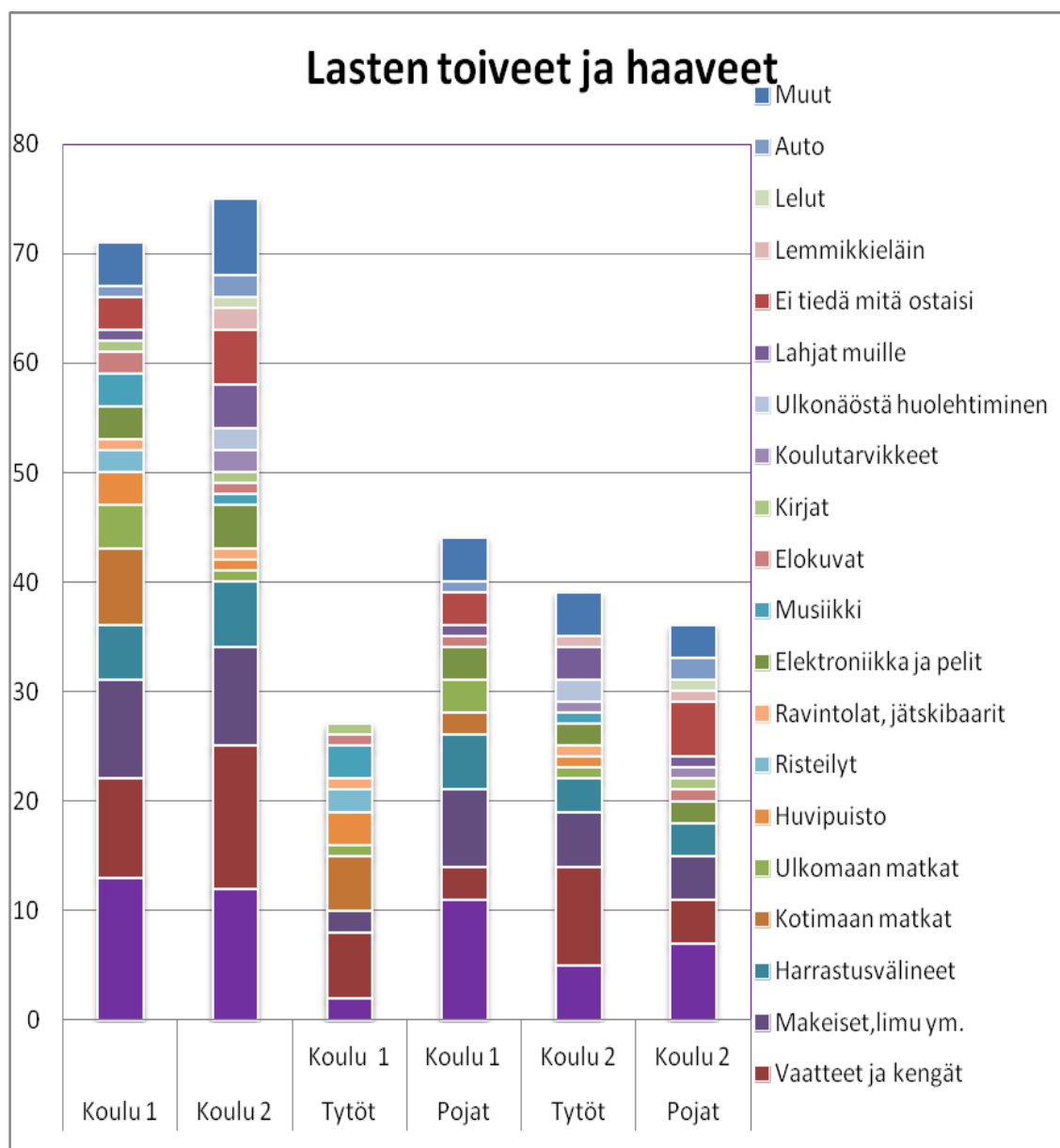
Lapset kirjoittivat eläytymismenetelmätarinoissaan kulutustoiveistaan ja -haaveistaan. Kehyskertomuksessa lapsia pyydettiin kuvittelemaan tilanne, jossa he saisivat viikonloppua varten vanhemmiltaan rahaa, jonka saisivat käyttää mihin haluaisivat (kts.liite 2). Eläytymismenetelmätarinoissa lapset tuovat ajattelunsa ja mielikuvituksensa avulla esiin tutkimustilanteessa ja kehyskertomuksen herättämien kysymysten kautta syntyneitä kuluttamiseen liittyviä tarinoitaan. Lasten kirjoittamista tarinoista heijastuvat lasten kokemat tai kuulemat kuluttamiseen liittyvät asiat. Lapset voivat yhdistää kertomuksiinsa myös mielikuvituksensa avulla todellisuudesta poikkeavia asioita. Lapset kuvaavat tarinoissaan haaveitaan, jotka he kokevat tällä hetkellä elämässään tärkeäksi. Lasten haaveet voivat myös suuntautua tulevaisuuteen ja aikuisikään tai olla koskaan toteutumattomia unelmia.

Lapset pohtivat tarinoissaan suhdettaan rahaan ja kuluttamiseen toisaalta yksilöllisesti ja lasten omasta näkökulmasta tarkasteltuna toisaalta kulttuuristaan omaksumiensa käsitysten kautta. Lasten kirjoittamat tarinat ovat sekä jaettuja ja kaikkia ihmisiä kuluttajina yhdistäviä että lasten henkilökohtaisia, ainutlaatuisia ja ainoastaan lapsille itselleen merkityksellisinä koettuja asioita. Kaikki lapset kirjoittivat saman kehyskertomuksen avulla eläytymiskertomuksensa. Tästä huolimatta lasten kirjoittamat tarinat olivat hyvin erilaisia. Lasten kirjoittamat tarinat ja niissä ilmaistut toiveet kertovat asioista, jotka ovat henkilökohtaisesti heille tärkeitä tai joiden he ajattelevat olevan heidän ikäisilleen lapsille tyypillisiä ja haluttuja toiveita. Lasten tarinat ovat siis yksilöllisiä ja ne paljastavat ja kertovat asioita lasten elämästä (Eskola 1997, 28). Lasten kirjoittamissa eläytymistarinoissa nousee esiin myös kulttuurissa tärkeänä pidettyjä asioita (Helavirta 2006, 201).

Lasten tarinat toivat esiin yleisiä kulttuurissamme kuluttamiseen liitettäviä suhtautumistapoja. Tarinat kertoivat myös millaisia käsityksiä, asenteita ja arvoja lapset kuluttamiseen yhdistivät. Lapset kertoivat säästäväisyydestään mutta myös tuhlaamisesta ja kuluttamisesta nauttimisesta. Lapset toivat esiin kuluttajan rooliin liittyviä vastakkain asetteluja ja tasapainoilua nautinnon ja siitä pidättäytymisen välillä. Lapset eläytyivät ja ilmensivät tarinoiltaan lasten kuluttajuutta tämän päivän Suomessa.

Lasten eläytymiskertomuksissa ilmaisemat toiveet, haaveet ja muut rahankäyttökohteet eriteltiin ja yksittäisten asioiden osalta esiintymisfrekvenssit on esitetty taulukossa (kts.liite 4). Määrällistä analyysia sovellettiin aineiston määrällistämiseksi ja tekstimassan hallitsemiseksi (Eskola 1998, 131). Taulukoinnin lisäksi lasten vastausten jakaantuminen esitetään myös kuviona. Kuvion avulla osoitetaan lasten ilmaisemien toiveiden esiintyminen eri koulujen ja tyttöjen ja poikien välillä.

KUVIO 1 Lasten eläytymiskertomuksissa mainitsemat toiveet ja haaveet



Kuvion 1 avulla esitetään miten lasten ilmaisemat toiveet ja haaveet jakaantuivat lasten kirjoittamissa kertomuksissa eri kouluissa ja tyttöjen ja poikien välillä. Tarkentavaa tietoa tutkimuksen tuloksista on myös taulukoissa 1 ja 2.

Lapset kertoivat erilaisia asioita, joita he vanhemmiltaan saamalla rahoilla tekisivät. Eniten mainintoja lasten toiveissa sai säästäminen, jonka mainitsi 56 % lapsista. 49 % lapsista puolestaan ilmoitti käyttävänsä rahoja vaatteisiin. Makeisiin ja juomiin rahansa kertoi käyttävän 40 % lapsista ja 24 % lapsista hankkisi rahoilla harrastusvälineitä. 18 % lapsista ei tiennyt mitä rahoilla hankkisi tai ei halunnut ilmaista sitä. Lapset kuvaavat eläytymistarinoissaan kulutustuotteita, joita he haluaisivat saada ja erilaisia palveluja, joihin he halusivat osallistua.

TAULUKKO 1 Poikien ja tyttöjen mainitsemien toiveiden tärkeysjärjestys tutkimuskouluissa

Poikien toiveet		Tyttöjen toiveet	
Koulu 1	Koulu 2	Koulu 1	Koulu 2
1. Säästäminen	1. Säästäminen	1. Vaatteet ja kengät	1. Vaatteet ja kengät
2. Makeiset ja limu	2. Ei tiedä mitä ostaisi	2. Kotimaan matkat	2. Makeiset ja limu
3. Harrastusvälineet	3. Vaatteet ja kengät	3. Musiikki	3. Säästäminen
4. Muut	3. Makeiset ja limu	4. Huvipuisto	3. Muut
5. Vaatteet ja kengät	4. Harrastusvälineet	5. Makeiset ja limu	4. Harrastusvälineet
5. Ei tiedä mitä ostaisi	4. Muut	5. Risteilyt	4. Lahjat muille
5. Elektroniikka ja pelit	5. Elektroniikka ja pelit	5. Säästäminen	5. Ulkonäöstä huolehtiminen
5. Ulkomaan matkat	5. Autot		5. Elektroniikka ja pelit

Lasten toiveista nousevat (taulukko 1) esiin oman identiteetin ilmaiseminen vaatteiden avulla, joka näyttää olevan tärkeää sekä tytöille että pojille. Myös herkutteleminen makeisilla ja limsalla esiintyy molemmilla sukupuolilla. Pojat säästävät saamiaan rahoja tyttöjä useammin. Pojat toivovat harrastusvälineitä, tietokoneita, pelikoneita ja pelejä. Tytöt sen

sijaan haluavat kokea elämyksiä kuten matkustella, käydä risteilyillä, huvipuistoissa ja konserteissa. Tytöt haluavat huolehtia ulkonäöstään ja ostaa lahjoja muille.

TAULUKKO 2 Lasten mainitsemien toiveiden jakautuminen tutkimuskouluissa

Koulu 1	Koulu 2
1. Säästäminen	1. Vaatteet ja kengät
2. Vaatteet ja kengät Makeiset ja limu	2. Säästäminen
3. Kotimaan matkat	3. Makeiset ja limu
4. Harrastusvälineet	4. Muut
5. Muut Ulkomaan matkat	5. Harrastusvälineet

Kouluja vertailtaessa voidaan nähdä taulukosta 2, että koulussa 1 lasten toiveista nousee esiin matkustaminen, jota ei esiinny koulun 2 lasten toiveissa. Muiden toiveiden osalta lasten toiveet ovat yhteisesti jaettuja kummassakin koulussa.

Lapset kirjoittivat sisällöiltään erilaisia eläytymistarinoita. Lasten tarinoissa esiintyviä ja toistuvia teemoja olivat harrastaminen, säästäminen, ostaminen, matkustaminen ja erilaisen elämysten kokeminen. Joidenkin lasten tarinoissa eri teemoja oli yhdistelty. Jotkut lapsista pohtivat tarinoissaan, mihin on järkevää käyttää rahansa ja punnitsivat erilaisten valintojen seurauksia oman elämänsä kannalta. Toiset lapsista taas kertoivat ja kuvasivat erilaisia vaihtoehtoisia kuluttamiskohteita, joihin he haluaisivat saamansa rahat käyttää.

Lapset kertoivat eläytymistarinoissaan kuluttamisen hyvistä puolista mutta myös sen haittoista kuten tuhlaamisesta. Lapset kertoivat myös erilaisista tunteistaan, joita rahan saaminen tai toiveen toteutuminen heissä herättäisi. Enimmäkseen lapset kuvasivat kokemuksiinsa rahan saamisesta ja toiveiden toteutumisesta kivana, mukavana, mahtavana, iloisena ja onnellisena asiana. Lapset ilmaisivat tyytyväisyyttä ja kiittollisuutta vanhempiaan kohtaan, jotka olivat mahdollistaneet heidän toiveidensa toteutumisen. Tarinoista ilmeni kuitenkin, että kaikki lapset eivät ole tottuneet siihen, että he saisivat rahaa vanhemmiltaan ilman erityistä syytä. Toisille lapsille rahan saaminen oli myönteinen asia, mutta kertomusten jou-

kosta löytyi myös toisenlaisia tarinoita, joissa lapset kuvasivat rahan saamisen olevan tavallisuudesta poikkeava, epäuskottava ja hämmentäväkin asia. Lapset kertoivat säästävänsä pahan päivän varalle tai käyttävänsä rahat vasta kun tulisi todellinen tarve. Lasten joukosta löytyi myös tarina, jossa lapsi kertoi palauttavansa vanhemmilta saamansa rahat. Kertooko tämä lasten eriarvoisuudesta kuluttamisen suhteen herättää pohdintaa.

Seuraavassa esimerkkejä lasten kirjoittamista eläytymismenetelmätarinoista, joiden avulla voidaan esittää miten erilaisia käsityksiä kuluttamisesta lapsilla on ja mitä asioita he pitävät kuluttamisessaan tärkeinä ja merkityksellisinä.

Säästämisestä kertovat tarinat:

”Jos saisin vanhemmiltani rahaa laittaisin ne säästöön. Säästäisin rahojani pitkään kunnes olen aikuinen. Silloin rahaa olisi paljon. Saisin ostettua sillä jotain järkevää kuten auto tai talo, vaikka taloon pitäisi kai ottaa vielä lainaa päälle. Koska jos tuhlaisin rahani heti ei siitä olisi ollut mitään hyötyä, koska olisin tuhlannut ne joihinkin karkkiin tai makeaan. Tai olisinhan voinut ostaa sillä oman tietokoneen ja pelikonsolin mutta silloin koulu-menestys ja koenumerot laskisi enkä aikuisena tekisi sillä mitään. Loppujen lopuksi säästäminen on kaikkein tärkeintä. Olisihan se mukava tunne kun saisi vanhemmilta rahaa muuten vaan, koska muuten saan rahani yleensä tekemällä kotitöitä tai syntymäpäivä lahjaksi. Ja silloinkin olen pistänyt ne säästöön. Säästöön onkin jo kertynyt paljon rahaa. Lopuksi kaikki riippuu siitä paljonko saan vanhemmiltani ylimääräistä rahaa! Rahan säästäminen on loppujen lopuksi mukavaa kun tietää, että saa sillä rahalla jotain kivaa.”

(P22)* *P= Poika, T= Tyttö, 1–45 = Vastaajan järjestysnumero

”Saan vanhemmiltani 20 euroa joten laitan rahaa säästöön. Saatan ostaa niillä hieman karkkia tai säästän johonkin leluun tai peliin. Luulen kuitenkin, että säästän rahojani, että minulla olisi rahaa isompanakin pahanpäivän varalle.” (P30)

Kuluttamisesta kertovat tarinat:

”Summa. 1000. Lotossa. Menen Hansaan leikkimään purkkakoneilla sitten Dirttiin ostamaan vaatteita. Hansan Ässään ostaa mässyy. Äidille loput lainaa. Se olisi tosi kivaa.” (P8)

”Olin saanut vanhemmiltani ylimääräistä rahaa. Mietin mitä sillä tekisin. Päätän lähteä kaupungille vaateostoksille. Urheiluliikkeessäkin voisi piipahtaa, ehkä karkkikaupassakin

voisi käydä. Suuntaan vaatekauppaan päin. Löydän hienon hupparin ja päätän ostaa sen. Lähden karkkikaupan kautta kotiin. En juuri saa vanhemmiltani ylimääräistä rahaa, mutta olisihan se ihan kivaa.” (P40)

”Perjantai-iltana vanhempani kutsuivat minut luokseen ja antoivat minulle 50 euroa. Saisin käyttää sen mihin haluaisin. Olin todella iloinen, kun tällaista tapahtui. Osan rahoista säästäisin. Ehkä noin puolet rahoista. Lopuilla rahoilla menisin kavereideni kanssa kaupungille ja ostaisin uusia vaatteita. Jos rahaa jäisi, menisin vielä elokuviin. Ja jos rahaa vieläkin jäisi, (mikä on aika epätodennäköistä) säästäisin loput rahat. En siis käyttäisi rahaa mihinkään hirveän erityiseen, vaan säästäisin ja pitäisin hauskaa.” (T20)

”Oli torstai-ilta ja äiti tuli käymään huoneeseeni. Olin jo sängyssä lukemassa kirjaa. Äiti kysyi että haluaisinko mennä huomenna kaupungille ja sanoin että okei. Ajattelin mennä ostamaan peace-kaulakorun ja peace-paidan mutta muistin että menen tätini kanssa ostamaan ne muutin mieltäni ja ajattelin mennä ostamaan koulutarvikkeita ja penaaillin sillä kesälomaa oli vain viikko jäljellä. Lopulla rahalla sain ripsivärin koska minulla loppui se.” (T 44)

Hyödyllisestä ostamisesta kertova tarina:

”Jos saisin vanhemmiltani ylimääräistä rahaa, tahtoisin käyttää rahat mahdollisimman hyvään tarkoitukseen, ja mahdollisimman hyödylliseen tarkoitukseen. En esimerkiksi tuhlaisi sitä karkkiin tai mihinkään muuhun hyödyttömään. En usko, että kuitenkaan käyttäisin näitä rahoja minun omien haaveideni toteuttamiseen, koska niihin tarvittaisiin hieman suurempia rahasummia. Voisin kuitenkin käyttää nämä rahat johonkin pieneen ja kuitenkin ylelliseen tavarahan, joka olisi halpa ja kestävä. Esimerkiksi voisin ostaa kirjan. Jos minä nyt sen tonnin saisin en edes uskoisi, että rahat olisivat minulle, silloin minulle siis tulisi tunteina: hämmennys ja epäusko. Pelkäisin ottaa ne rahat vastaan, koska luulisin että se on huijausta. En siis varmaan edes ottaisi niitä rahoja, koska en uskaltaisi. Nyt jos kuitenkin puhuttaisiin pienemmistä rahoista kuten kymmenestä eurosta, eli siitä todennäköisemmästä summasta, jonka minä saisin, jos minä jotain ylimääräistä rahaa saisin. Silloin varmaan minä ajattelisin, että ”Vau”, koska en minä kovin usein ylimääräistä rahaa saa.” (T11)

Harrastuksista kertovat tarinat:

”Ostaisin itselleni vaatteita. Menisin sinne x:n kanssa. Säästäisin osan rahoista, jotta voisin tarvittaessa ostaa jotain hoitohevoselleni. Maksaisin myös oman ratsastuskortin. En tarvitsisi nyt paljon vaatteita, mutta talvikengät tarvitsisin. Ostaisin äidille kans jotain. Jos saan rahaa säästän aina vähän. Joten nytkin säästäisin. Ostaisin myös joitain halpoja ratsastuskamoja. Käyttäisin osan rahoista uuteen polkupyörään, koska edellinen on mennyt minulle liian pieneksi.” (T43)

”Sain 6000 e rahaa vanhemmilta (iskän velkoja katos). Lähen X:n kaa Rukalle:-). Hyppäsin rukan alaboksit dub frontin. He he hee. Sitten kun tultiin takas iskä kysyi? Miten meni? Vastasin hyvin. Ja sit ostaisin Toni Hawkin parhaat trukit ja Christian Bierin sukset. Siin oli mun haaveet.” (P19)

Matkustustoiveista kertovat tarinat:

”Minä lähtisin kavereiden kanssa junalla Helsinkiin. Kävisimme kaupoilla ja ravintolassa. Mukaan kutsuisin vain lähimmät ystävät. Illalla lähtisimme Tukholman risteilylle ja kiertelemme pitkin Ruotsia. Sunnuntaina palaisimme kotiin. Tämä on minun haaveeni olisi todella mahtavaa jos tämä tapahtuisi.” (T5)

”Lähtisin kaverini kanssa Helsinkiin, tai muualle junalla esim. shoppailemaan. Voisin myös lähteä huvipuistoon. Tai sitten haluaisin lähteä laivalla Ruotsiin ja yöpyä hotellissa ja Ruotsista Tallinnaan, eli Viroon.” (T4)

Lasten kirjoittamista tarinoista näkyi, kuinka he olivat eläytyneet kehyskertomuksessa esitettyyn tilanteeseen. Lapset olivat pystyneet eläytymään vapaa-aikaan ja koulun ulkopuolelle, vaikka kirjoittivatkin tarinansa koulussa. Tämä näkyi siinä, että lapset kuvasivat tarinoissaan olevansa kotona, kesälomalla tai matkalla koulusta kotiin. Lapset olivat myös pitäytyneet ohjeen annossa ja kirjoittaneet tarinansa omasta näkökulmastaan. Tämä ilmeni siinä, että lasten tarinoissa pääosassa ja aktiivisina toimijoina olivat tarinan kertojat. Tarinoissa esiintyi myös muita henkilöitä lasten itsensä lisäksi. Tarinat osoittivat, että lapsille ovat tärkeitä vanhempien lisäksi kaverit, popidolit ja lemmikkieläimet.

Lapset kuvasivat tarinoidensa avulla kuinka kuluttaminen vaikuttaa heidän elämäänsä ja myös heidän vuorovaikutukseensa lähiympäristönsä kanssa. Lapset haaveilivat ostosmatkoista kaupungilla sekä kotimaan että ulkomaan matkoista. Lasten tarinoissa vanhemmat

eivät osallistuneet matkoille, ostoksille tai vapaa-ajan viettoon yhdessä lasten kanssa. Matkaseuraksi tai ostoksille lapset halusivat ottaa mukaan parhaimmat ystävänsä, joiden kanssa he halusivat jakaa yhteisiä kokemuksia ja elämyksiä. Tarinoissaan lapset halusivat irtautua vanhemmista ja heidän määräysvallastaan ja mahdollisuuden olla vapaina aikuisten valvonnasta ja kontrollista. Vanhempien rooli oli useimmissa tarinoissa antaa lapsille rahaa ja odottaa kotona, kun lapset saapuisivat kotiin matkoilta tai ostoksilta. Lasten tarinoissa vanhemmat kuvattiin opastamassa lapsia järkeviksi kuluttajiksi.

Lapset saivat itse päättää tarinassaan käytettävän rahamäärän. Lasten tarinoissa rahasummat vaihtelivat 10 €:n ja parin miljardin euron välillä. Lapset määrittelivät toiveitaan ja haaveitaan sen mukaan kuinka paljon heillä oli rahaa käytettävänä. Jotkut lapsista olivat määritelleet pienemmällä ja isommalla summalla erilaisia toiveita. Lapsilla oli käsitys siitä, kuinka paljon rahaa oman toiveen toteuttaminen vaatisi. Joidenkin lasten toiveet olivat niin kalliita, ettei niitä lasten mielestä pystyisi toteuttamaan. Kulutukseen ja rahankäyttöön liittyvä hintatietoisuus näytti ohjaavan ja määrittävän asioita mitä lapset toivoivat (Autio 2006a, 94).

Vanhemmat ja markkinointi ohjaavat pienestä pitäen tyttöjen ja poikien kasvamista erilaisiin sukupuolirooleihin. Tämä näkyy lasten kulutuksen eriytymisessä tyttöjen ja poikien omiin juttuihin, leluihin, keräilytuotteisiin ja vaatteisiin. (Wilska 2010, 136.) Lasten kasvaessa lelut vaihtuvat harrastus- ja urheiluvälineiksi. Pojille tyypillisiä toiveita olivat Ferrari, skeittilauta, Tunit-jalkapallokenkäkuoret, Bmx-pyörä tai Christian Bierin sukset sekä tietokone, pelikonsoli sekä pelit, jotka kuvastivat poikien mielenkiinnon kohdistumista maskuliinisiin ja miesten maailmaan yhdistettyihin kulutuskohteisiin. Tyttöjen esittämät toiveet kuten vaatteet, kengät, korut, ripsiväri, hiuslakka ja muotoilurauta sekä sisustaminen yhdistetään feminiinisiin ja naisten maailmaan liittyviin asioihin. Edellisten tyttöjen ja poikien toiveiden perusteella voi nähdä miten poikien ja tyttöjen kiinnostuksen kohteet jakautuivat sukupuolittain erilaisiin asioihin kuten Wilskakin on esittänyt omien tutkimustensa yhteydessä (Wilska 2010, 126).

Sukupuolten väliset erot näkyivät myös tyttöjen ja poikien erilaisina tapoina kirjoittaa tarinoita ja kertoa kuluttamisesta. Tytöt ilmaisivat itseään rikkaammin ja monipuolisemmin kuvaten enemmän kuluttamiseen liittyviä tunteitaan. Pojat sen sijaan ilmaisivat kuluttamisestaan rationaalisemmin, vähäeleisemmin ja vähemmän tunteellisesti. Myös Autio on omassa tutkimuksessaan nuorten kuluttamisesta huomannut kuinka eri tavalla tytöt ja pojat kerto-

vat kuluttamisestaan. Aution mukaan pojilla ja miehillä ei ole tapana puhua shoppailusta ja nautinnollisesta kuluttamisesta tyttöjen ja naisten tavalla hehkuttaen ja kuluttamisen ihanuutta korostaen. (Autio 2006a, 83.)

Shoppailu sosiaalisena tapahtumana liittyy tyttöjen ja naisten kulutuskäyttäytymiseen. Sosiaalisuus on tyttöjä ja poikia erottava tekijä kuluttamisessa. (Wilska 2010, 130.) Tämä näkyi myös tyttöjen ja poikien kirjoittamissa tarinoissa. Tytöt kuvasivat, kuinka he viettäisivät aikaa ja pitäisivät hauskaa kavereidensa kanssa huvipuistossa, kaupungilla shoppailemalla, risteilyillä ja matkoilla. Pojista useimmat kuvasivat tarinoissaan, kuinka he menevät ostoksille yksinään. Jotkut pojista tosin kertoivat ottavansa mukaan matkalle kaverinsa. Tytöille kaverisuhteet ovat tärkeämpiä kuin pojille ja tytöt haluavat jakaa asioita toistensa kanssa. Helavirran tutkimuksen eläytymismenetelmätarinoissa tytöt myös mainitsivat poikia useammin kaverisuhteistaan (Helavirta 2011, 75).

Lasten tarinoista ilmeni, kuinka lapset rakentavat omaa identiteettiään ja elämäntyyliään kuluttamisen avulla. Kuluttamisen avulla lapset ilmaisevat itseään, liittyvät ryhmiin, erottautuvat toisista lapsista mutta myös hakevat sosiaalista hyväksyntää (Lehtimäki & Suoranta 2006b, 8). Tästä voi kertoa lasten toiveiden ja haaveiden yhtäläisyydet ja samankaltaisuus. Lapset toivoivat samoja asioita kuin kaverinsa. Tytöillä ja pojilla oli yhteisesti jaettu- ja kulutustoiveita ja haaveita. Toisaalta lasten haaveissa oli myös eroavaisuuksia, joka kertoo yksilöllisyydestä valintojen valitsemisen suhteen ja halusta erottautua muista sekä sukupuolen vaikutuksesta kuluttamiseen.

Sukupuolten väliset erot kulutuskäyttäytymisessä voivat muuttua lasten ja nuorten omak-suessa myös vastakkaisen sukupuolen kulutuskäytäntöjä (Autio 2006a, 84). Lasten tarinoissa tämä ilmeni siten että sekä tytöt että pojat ilmaisivat perinteisesti vastakkaiselle sukupuolelle tyypillisiä kulutuskohteita. Pojat kertoivat haluavansa vaatteita ja tytöt harrastusvälineitä ja tekniikkaa. Tyttöjen ja poikien mielenkiinnon kohteet yhtenevät ulkonäön alkaessa kiinnostaa molempia sukupuolia, yhteisten harrastusten tai vapaa-ajanviettotapojen kautta.

Tytöt ja pojat ilmaisevat pukeutumisen avulla itseään ja omaa identiteettiään. Tarinoissa pojat kertoivat ostavansa vaatteita urheiluliikkeistä ja suositusta nuorten liikkeestä. Pojille-kaan muoti ja ulkonäkö eivät ole yhdentekeviä asioita (Wilska 2001, 67), joten poikienkin kuluttamiseen on alettu kiinnittää enemmän huomiota (Wilska 2010, 131). Vaatteiden merkitys on noussut esiin skeittailun ja muiden harrastus- ja urheilulajien myötä (Autio

2006a, 84). Pukeutuminen näytti olevan tärkeä osa tyttöjen ja poikien elämäntyyliä, vaikka pojat eivät korostaneet sitä tyttöjen tavoin (Autio 2006a, 84). Poikiin yhdistetään hyödyllinen ja järkevä ostaminen ja tyttöihin hyödytön ja turha kuluttaminen (Wilska 2001, 67). Lasten tarinoista näkyi, kuinka stereotypiat, joita poikien ja tyttöjen kuluttamiseen liitetään ovat liian yksinkertaistettuja, eikä niillä välttämättä ole yhteyttä todelliseen elämään. Sekä tytöt että pojat osoittivat välillä tuhlaavansa ja nauttivansa kuluttamisesta ja tarpeen vaatiessa osaavansa suhtautua kuluttamiseen järkevällä tavalla, olemalla säästäväisiä ja käyttämällä rahansa hyödyllisiin ja tarpeellisiin asioihin. Tytöt ja pojat näyttivät omaksuneen sukupuolelleen tyypillisiä kuluttajarooleja ja toteuttivat niitä myös omassa elämässään.

Lapset kertoivat tarinoissaan kuinka he nauttivat kuluttamisesta. Tyttöjen ja poikien yhteisiä mielenkiinnon kohteita olivat itsensä hemmotteleminen ja nautiskeleminen kuten makeisten, snacksien, perunalastujen syöminen ja limsan ja energiajuomien juominen. Lapset osoittivat tällaisilla toiveillaan, miten tärkeä osa myös fyysisten nautintojen toteuttamisella on heidän elämässään (Wilska 2001,70). Lasten tarinoissa esitettiin myös millaisia erilaisia elämyksiä lapset haluaisivat kokea. Tästä kertoivat esimerkiksi tyttöjen ja poikien matkustamiseen liittyvät toiveet. Tyttöjen suosikki matkakohteita olivat Helsingin lisäksi Thaimaa tai joku muu aurinkoinen paikka. Tytöt halusivat mennä myös Tallinnan tai Ruotsin risteilylle. Lisäksi tytöt toivoivat pääsevänsä huvipuistoon esimerkiksi Linnanmäelle. Tyttöjen unelmien kohteena oli lempiyhtyeen tai suosikkilaulajan tapaaminen tai keikalle pääseminen. Poikien unelmana oli päästä skeittailemaan Amerikkaan, Rukalle laskettelemaan tai Las Vegasiin. Poikien matkatoiveet liittyivät usein heidän harrastuksiinsa. Tyttöillä matkoihin yhdistyivät elämysten kokeminen ja mahdollisuudet ostamiseen ja kuluttamiseen.

Eläytymismenetelmän kehyskertomusta suunniteltaessa ajateltiin, että lapset tuottavat kulutusta korostavia tarinoita, koska heillä olisi mahdollisuus toteuttaa kaikki mahdolliset haaveensa ja toiveensa rahan määrästä riippumatta. Lapset toivatkin esiin kuluttamisen iloista nauttimista, mutta lasten tarinoiden perusteella kuluttaminen näyttäytyi maltillisempaan kuin etukäteen olisi odottanut. Lapset osoittivat kuluttamisen lisäksi myös säästäväisyyttä ja harkitsevuutta kuluttamisesta kertovissa tarinoissaan. Useimpien lasten mukaan rahat olisi käytettävä johonkin hyödylliseen ja tarpeelliseen ja olisi vältettävä rahojen tuhlaamista hyödyttömiin ja turhiin asioihin. Useimmat lapsista kertoivat käyttävänsä rahat harrastusvälineisiin, CD-levyihin, kirjoihin, koulutarvikkeisiin tai tietokoneeseen, joista on hyötyä pitkäksi aikaa.

Lapset toivat esiin, että saaduista rahoista osa säästettiin kuluttamisen ohella. Säästämisen avulla lapset kertoivat toteuttavansa jonkin isomman toiveen kenties sitten myöhemmin kerättyään siihen riittävästi rahaa. Lapset osoittivat kykenevänsä siirtämään mielihalujaan myöhempään ajankohtaan. Osalla lapsista toiveet kohdistuivat autoon tai taloon, vasta tulevaisuudessa ja aikuisuudessa mahdollisesti toteutuviin unelmiin. Tarinoiden perusteella rahan saaminen ei näyttänyt olevan lapsille yhdenmukainen asia, vaan lapset suhtautuivat siihen vakavasti ja miettivät eri vaihtoehtoja, mitä he tekisivät saamillaan rahoilla.

Seuraavaksi siirryn tarkastelemaan millaisia merkityksiä haastatellut lapset esittivät kuluttamisesta.

5.2 Haastateltujen lasten kuluttamisen merkitykset

Haastattelin siis yhteensä kymmentä lasta, viittä lasta molemmista kouluista teemahaastattelulla. Haastatteluun valikoitui 7 tyttöä ja 3 poikaa. Valitsin haastatteluun lapset heidän kirjoittamiensa kertomusten perusteella. Yritin löytää mahdollisimman erilaisia kuluttamiseen liittyviä kertomuksia ja näkemyksiä. Teemat haastatteluun kokosin aikaisemmista lasten kulutukseen liittyvistä tutkimuksista ja lasten kirjoittamien kertomusten avulla. Haastattelujen yhteydessä myös reflektoin tarkemmin lasten kirjoittamia kertomuksia yhdessä lasten kanssa. Litteroituja haastatteluja kertyi noin 63 sivua. Haastatteluteemojen (kts.liite 3) avulla olen koonnut yhteen lasten yksilöllisiä ja jaettuja käsityksiä ja kuluttamisen merkityksiä.

5.2.1 Vanhempien merkitys lasten kuluttamisessa

Haastatellut lapset kertoivat, kuinka tärkeä merkitys vanhemmilla on heidän kuluttamiensa. Vanhemmat ohjasivat lapsia kuluttajiksi neuvomalla, keskustelemalla ja konkreettisesti rajoittamalla eli antamatta rahaa lasten käyttöön. Vanhemmilla oli siis vaikutusta sekä lasten asenteisiin kuluttamista kohtaan että lasten ostamis- ja kulutuskäyttäytymiseen. Seuraavassa esittelen lasten kertomana, miten vanhemmat vaikuttivat heidän kuluttamiensa. Vanhemmat rajoittivat lasten liiallista ostamista kieltämällä tai olemalla ostamatta tavaroita, joita lapset eivät vanhempien mielestä tarvitse. ”*Ehkä vanhemmat vähän, emmä*

*saa ostaa mitä tahansa, eikä nekään osta mulle mitä tahansa.”(T3) Vanhemmat rajoittivat lasten kuluttamista antamalla lapsille kaupungille lähtiessä vain vähän rahaa, koska lapset olivat vanhempien mielestä tuhlanneet rahansa turhuuksiin.” *Silleen, että jos mä joskus lähen kaupungille äiti ei anna silleen kovin paljon, koska joskus mä ostan vähän tyhmiä asioita niin sitten joskus äiskä tulee mukaan et mie en osta mitään tyhmää.” (T7)**

Haastatellut lapset kertoivat kysyvänsä vanhemmilta neuvoja erityisesti niissä tilanteissa, joissa he olivat hankkimassa kalliita ostoksia. Myös jos lapset halusivat saada jonkun tietyn tuotteen, he neuvottelivat hankinnasta ja tuotteen ostamisesta vanhempien kanssa. *”No ollaan joskus kyl myö yleensä jos jotain ostaa jotain isompaa niin kyl sitten vanhempien kanssa keskustellaan onks se sitten hyvä juttu.”(P10)* Luvan pyytäminen ei aina sujunut lasten toivomusten mukaisesti, kuten eräs lapsista ilmaisi: *”No, oon aina välillä kysynyt saanks mä ostaa, onks se sellain tarttee ostaa. Et sä vielä tartte sulhan on jo sellainen tai ethän sä sitä vielä tarttee tai sulhan on esimerkiksi vaatteita, et sä niitä tartte ostaa.”(T4)*

Lasten rahan käyttäminen aiheutti perheissä keskustelua ja vanhemmat pyrkivät kontrolloimaan lasten tuhlaamista suhtautumalla siihen kriittisesti ja lapsia arvostellen, kuten seuraava haastateltu kertoi: *”Mut vanhemmat yleensä on välillä sitä vastaan, että ostelee koko ajan kaikkennäköistä.”(P5)* Samassakin perheessä lapset voivat käyttäytyä kuluttajana aivan eri tavalla, kuten seuraavan lapsen toteamuksesta selvisi: *”...mut kun mul on isovelji niin aina kun se saa rahaa niin se tuhlaa sen heti sillä on aina matti kukkarossa niin siit tulee yleensä sanomista.”(P5)* Haastatellut lapset kuvasivat sisaruksiaan tuhlaavaisemmiksi kuin itseään. Lapset kertoivat, kuinka vanhemmat olivat pyytäneet heitä lainaamaan omia rahojaan pikkusiskolleen tai isolle veljelle. Lapset eivät kuitenkaan mielellään lainanneet rahojaan, koska heillä oli kokemuksia siitä, että sisarukset eivät välttämättä maksa heille lainattuja rahoja takaisin kuten eräs haastateltavista kertoo: *”Sun pikkusisko on lähdössä elokuviin voitko lainata sille pari kymppiä niin mä oon silleen, en se on mun rahaa, sitten äiskä sanoo se maksaa takaisin sitten kun se pystyy ja sit mä lainaan mut sit se ei kuitenkaan ikinä ehi maksaa.”(T9)*

Haastatellut lapset kertoivat heillä olevan jonkin verran mahdollisuuksia osallistua perheen yhteisten ostopäätöksiin tekemiseen. Lapset kertoivat vanhempien päättävän kodin yhteisistä hankinnoista mutta heiltäkin on kysytty mielipiteitä. *”Riippuu vähän tavarasta. Yleensä ei mut kyllä multa saatetaan kysyä jotain mielipidettä pidänks mä siitä mut ei se kumminkaan hirveesti vaikuta, et mä en päätä kaikesta.” (T3)* Haastateltujen lasten joukosta

löytyi perheitä, joissa koko perhe teki ostopäätökset yhdessä ottaen huomioon kaikkien perheenjäsenten mielipiteet ostopäätöstä tehtäessä. *”Onks tää hieno tai sopiiks tää tänne haluut sä että säilytetään vanha vai haluut sä että ostetaan uus tai jotain sellast? No ne on kaikissa. Koko perhe päättää, et jos joku ei haluu et ei se oo hieno niin sit ei osteta.”* (T4) Lapset kertoivat osallistuvansa perheeseen ostettavien huonekalujen valitsemiseen tai ehdottivat mitä haluaisivat syödä. *”No joskus äiskä saattaa kysyä, ett mitä tekis mieli syödä nytte tai sitten jos iskä ostaa jonkin uusi huonekalu välil kysytään et minkä näköinen olis sopiva.”* (P5) Jotkut pojista olivat olleet päättämässä perheeseen hankittavista teknisistä ostoksista kuten televisiosta.

Lapset näkivät heillä olevan kuitenkin enemmän valtaa päättää omaan huoneeseen hankittavista tai omista henkilökohtaisista tavaroista kuten koulupöydästä tai pyörästä kuin perheen yhteisistä ostoksista. Lasten kokemuksia omasta mahdollisuudestaan vaikuttaa ostopäätöksiin kuvaa erään lapsen toteamus: *”Mä saan niinkö valita itte sen tavarän, koska se on mun huone niin mihin ne tulee, ei sitten mitään turhii mulle ostaa koulupöytä ku sain oman huoneen, et ko mä halusin mä sain sellasen puunvärisen suht tilavan niin sitten sen jälkeen mulle ei ostettu mitään, sitte äiti antaa valita sen tavallaan mun omaan huoneeseen tai mun isovelii saadaan sisustaa omat huoneet tavallaan halutaan ku sitte siivotaankin ne ite.”* (T6)

Lapset oppivat kuluttamisen kautta rahan arvostusta, vertailemaan hintoja, säästämään ja suunnittelemaan ostoksia kuten Aittolankin tutkimat nuoret tuovat esiin (Aittola 2000, 183). Tutkimusten mukaan lapset saavat vanhemmilta kuluttamistaan ja ostamistaan koskevia neuvoja. Vanhemmat myös keskustelevat lasten kanssa kuluttamisesta ja rahankäytöstä ja ovat tietoisia mihin lapset rahansa käyttävät. (Raijas & Wilska 2007, 20.)

Lasten ”Huolenpitoa ja jakamista”- Rahan ja ajan jakautuminen lapsiperheissä- tutkimuksessa (2006) lapsilla todettiin olevan vaikutusvaltaa omien tavaroidensa ja perheen yhteisen vapaa-ajan kulutuksen suhteen sekä ruoan ostamisessa, kuten omassakin tutkimuksessani lapset toivat esiin. Useimpien kodin hankintojen suhteen vanhemmilla on päätösvalta ja erityisesti perheen merkittävimmissä ostopäätöksissä. Perheenjäsenten keskinäinen neuvottelu kulutuspäätöksissä on kuitenkin lisääntynyt ja lastenkin vaikutusvalta lisääntyy iän myötä. (Raijas & Wilska 2008: 249–250, 261.) Vanhempien näkemysten mukaan lapset sanelevat aikuisten mielestä varsin vähän perheen ostopäätöksistä. Vanhemmat kuuntelevat lasten mielipiteitä vapaa-aikaan liittyvissä ostopäätöksissä kulttuuripalveluiden, huvituksi-

en, lomamatkojen ja ruoan suhteen. Vähiten vanhemmat ottavat huomioon lasten mielipiteitä kalliita hankintoja tehdessä. Lapset mielsivät vaikutusvaltansa suuremmaksi kuin vanhemmat arvioivat sen olevan. Eniten lapset ajattelivat voivansa vaikuttaa vapaa-ajan kulutukseen, viihteeseen, syömiseen ja matkailuun ja vähiten auto-, asunto- ja muiden keksotavaroiden hankintoihin. (Raijas & Wilska 2008, 255–257.)

5.5.2 Kavereiden merkitys lasten kuluttamisessa

Kavereilla ajatellaan olevan merkitystä lasten kuluttamiseen. Haastatellut lapset myönsivät, että kavereilla on jonkin verran vaikutusta heidän kuluttamiseensa mutta lapset myös korostivat sitä, että he itse päättävät mitä ostavat ja tekevät lopullisen päätöksen hankkivatko tietyn tuotteen vai eivät. Lapset kertoivat, että kavereiden kanssa on tärkeämpiäkin puheenaiheita kuin kuluttaminen, tämän näkökulman toivat esiin erityisesti pojat. Haastatellut lapset kertoivat, että kuluttamisesta kavereiden kanssa ei puhuta kovin paljon ja usein: *”Ei me kyl mitenkään hirveesti. Kyl aina välillä, että mennäänkö johonkin syömään.”*(T4) Kaverin mielipiteellä ei ole vaikutusta omiin valintoihin ja kuluttamiseen, koska *”jokaisella on oma tyyli.”*(T7) Omasta tyylistä puhuminen nousi esiin erityisesti tyttöjen puheessa. Pojat eivät tuoneet sitä esiin. Kaverit voivat myös ehdottaa esimerkiksi, millaisia tuotteita voisi ostaa, mutta lapset kertoivat tekevänsä lopullisen ostopäätöksen kuitenkin itse. Kavereiden merkitystä kuluttamiseen eräs haastatelluista pohti seuraavalla tavalla: *”Eli kaverit. No ei ne sulleen vaikuta mun kuluttamiseen... Sillee ne vaikuttaa, että olin mun kaverin kanssa kaupungilla ja mä halusin ostaa niinku sellaset collegehousut.. niin kaveri sano että osta farkkuhousut. Se autto vähän mutta ei ne sillee vaikuta.”*(T9)

Lapset kertoivat viettävänsä vapaa-aikaansa yhdessä kavereidensa kanssa kaupungilla shoppaillen, elokuvissa, Mäkkärissä tai Rossossa, huvipuistossa, tallilla tai erilaisten harrastusten parissa. Haastateltujen poikien harrastuksiin kuuluivat laskettelu ja jalkapallo. Tyttöjen harrastuksia olivat ratsastus, Zumba, uinti, tanssi, kuvataidekoulu, hip hop-tanssi, kavereitten kanssa oleminen, lentopallo, tennis ja sulkapallo. Lasten vapaa-aikaan kuului siis erilaista toimintaa. Yhteistä kaikille lasten toiminnoille oli se, että niihin liittyi kuluttaminen olennaisella tavalla.

Lapset olivat omaksuneet kulutuskulttuurissa tyypillisiä vapaa-ajanviettotapoja ja tottuneet siihen, että ne kuuluivat heidän elämäänsä luonnollisena osana. Lapset siirtävät perheissään

opitut elämäntavat omaan elämäänsä ja tekevät samoja asioita kuin perheen kanssa myös kavereiden kanssa. Lasten kasvaessa lapset viettävät aikaansa entistä enemmän kavereiden kanssa. Vastaavasti ostoksilla käyminen ja vapaa-ajan viettäminen yhdessä vanhempien kanssa vähenee. Vanhempien ja kavereiden kanssa ostetaan erilaisia asioita kuten eräs haastatelluista lapsista kertoo: *”No se vähän vaihtelee aina niin et välillä aika usein mä käyn vanhempien kanssa kaupassa mut kyl mä välillä kavereiden kanssa käyn kaupassa. Silloin mä en yleensä osta mitään sellaista niinku ruokaa tai mitään sellasta yleensä mä ostan sitten jotain karkkia tai jotain muuta vastaavaa.” (T4)*

Tavaroiden, kokemusten ja palvelujen kuluttamisesta on tullut tärkeä osa nykypäivän lasten ja nuorten identiteetin muodostumista. Identiteetin kehittymisen ja uusien oppimisprosessien kannalta tällä on huomattava merkitys. Perheen ja koulun rinnalle ilmaantuneet nuorisokulttuurit, joukkotiedotus ja vapaa-ajan harrastukset tarjoavat lapsille uusia mahdollisuuksia nähdä ja tulkita elämäänsä. Shoppailu ja lisääntynyt mahdollisuus oman rahan käyttämiseen ovat vaikuttaneet siihen, että nykyisiä lapsia ja nuoria on syytetty ”konsumeristiseksi”, joka näkyy kuluttamisen ja shoppailun lisääntymisenä nuorten ja lasten elämässä. (Aittola 2000, 183.)

Cookin (2004, 145) mukaan lapsuus määrittyy osana kulutuskulttuuria ja kaupallisesti tuotettu materiaallinen kulttuuri vaikuttaa lasten yhdessäolon muotoihin (Ruckenstein 2009, 94). Ostaminen on koko perhettä yhdistävä harrastus. Lapsiperheiden kulutuksesta yhä suurempi osuus suuntautuu vapaa-aikaan kulttuuri- ja huvipalveluihin ja ravintoloissa syömiseen. (Raijas & Wilska 2008, Lomilla ja vapaapäivinä perheille on tavallista suunnata hiihtokeskuksiin, huvi- ja vesipuistoihin tai elokuviin. Viikonloppuisin perheet viettävät aikaa ostoskeskuksissa vaellellen, hampurilaispaikoissa syömisen ja muun ostelun ohella. (Raijas & Wilska 2008, 243–244.)

5.2.3 Koulun rooli kuluttamisessa ohjaamisessa

Koulun rooli kuluttamisen ohjaamisessa oli vähäinen haastateltujen lasten kertomana. Lasten näkemykset siitä, tarvitseeko koulussa puhua kuluttamisesta vaihtelivat: toiset lapsista pitivät kuluttamisesta puhumista koulussa tärkeänä mutta lasten joukosta löytyi myös niitä, jotka mielsivät kuluttajakasvatuksen koulua enemmän kodin ja vanhempien tehtäväksi. Kuluttamisesta puhuttiin haastateltujen lasten mukaan koulussa vähän, eikä sitä mitenkään

erityisesti painotettu. Lapset perustelivat tätä sillä, että koulussa opettajat, eivät tunne lasten kulttuuria, eivätkä tiedä mihin lapset kuluttavat tai mitä he ostavat. *"No, ei välttämättä koulus, koska ei se kumminkaan tai ehkä voihan vähän sillai puhua mut ei siitä hirveen paljon sillai, ku eihän se liity tavallaan kouluun. Et vaikka sit ehkä vanhemmat niinku kertois niiku siitä enemmän kuin koulussa."* (T3) *"Ku ei oikeen opettajat tai mitkään tiedä hirveesti, että mitä ostaa niin ei oikein tiedä mihin kuluttaa."* (T4)

Osa lapsista näki kuitenkin tärkeänä, että myös koulussa puhuttaisiin kuluttamisesta, koska jotkut lapset kuluttavat liian paljon. Myös mainoksista oli lasten mielestä hyvä puhua, *"et ei mitään turhaa kannata ostaa, et ei mainoksia kannata uskoa mitä niis sanotaan."* (P10) Lasten oli vaikeaa muistaa missä yhteydessä kuluttamisesta oli puhuttu. Tosin eräs lapsista kertoi esimerkin miten kuluttamisesta oli koulussa puhuttu: *"No on siellä jotain puhuttu joskus siitä. En tiedä mut ope kyl sano viime tunnilla, et ois mukavaa olla sellainen taito, et osais elää halvasti, ettei tuhlaa rahojaan."* (P5)

Haastatellut lapset olivat tehneet tarkkoja havaintoja ympäristöstään ja vertailleet omaa kulutustaan toisten lasten kulutukseen. Havaintojensa perusteella lasten mielestä kuluttaminen on joillekin lapsille hyvin tärkeä osa elämää. Eräs haastateltavista kertoi havainnoistaan: *"Mut jotkut ostaa ihan kauheesti muotivaatteita ja just viimeisen päälle känny ja kaikkee niin musta sillä ei oo kauheesti väliä onko se viimeisen päälle ja minkälaiset mun vaatteet on."* (T9) Haastateltaville lapsille liika kuluttaminen tarkoitti että, ostetaan *"jotain turhaa, joka menee rikki ja vaikei tartteis."* (T7) Kaikille lapsille kuluttaminen ei ollut kuitenkaan niin tärkeää ja lasten joukosta löytyi myös niitä, jotka eivät käytä merkkituotteita. Eräs haastatelluista lapsista kertoi esimerkin tästä: *"Jos nyt kattoo ympärilleen ei kaikilla oo merkkivaatteita, merkkireppuja, intersportii, hienot uutuudet ja kaikilla on oma tyyli kaikki ei kuluta niin paljon."* (T7)

Kulutuksen ja tuotemerkkien eli brändien uskotaan sanelevan yhä nuorempien kuluttajien elämäntyylejä mutta Wilskan mukaan Suomalaiset lapset eivät ole niin brändi- ja tyyli-tietoisia. Brändeillä ei ole niin suurta valtaa lapsille kuin yleensä luullaan ja kansainvälisten tutkimusten perusteella esitetään. Myöskään kulutuksen rooli lasten identiteetin määrittäjänä ei ole niin merkittävässä asemassa kuin useissa tutkimuksissa osoitetaan. (Wilska 2005: 78, 89–91.) Haastattelemini lasten antamien vastausten perusteella, joillekin lapsille kuluttamisella oli merkittävä rooli elämässä ja he olivat myös brändi- ja tyyli-tietoisia. Mutta kuluttaminen ei ollut kaikille lapsille elämässä yhtä tärkeää. Haastattelemini lasten vasta-

ukset vastasivat myös Raijaksen ja Wilskan ”Caring and sharing”-kyselytutkimukseen (2006) osallistuvien lasten vastauksia siitä, kuinka vähän koulussa puhutaan lasten kuluttamisesta (Raijas & Wilska 2007, 29).

5.2.4 Mainonnan merkitys lasten kuluttamiseen

Mainonnalla ei ollut kovin suurta merkitystä haastattelemieni lasten kulutuskäyttäytymiseen. Lapset kertoivat suhtautuvansa mainoksiin kriittisesti ja tekevänsä ostopäätöksensä muiden asioiden perusteella kuin pelkästään mainosten. Kysyttäessä lapsilta mainosten vaikutusta omiin ostopäätöksiin sain heiltä seuraavanlaisia vastauksia: *”No en juuri mainosten perusteella mitään osta tai halu.” (P10)* Lapset kuvasivat mainosten olevan *”yleensä aika huonoja... ...ei ole mitään sellasii mitä oikeen tartteen.” (T4)* Lapset eivät kertoneet ostavansa tuotteita pelkästään sen perusteella, että ne mainoksissa esitettiin kiinnostavina ja houkuttelevina. *”En osta, jos nään jonkin kivan jutun mainoksessa.” (T6)* Eräs lapsista toi myös esiin, että mainoksien katsomiselle ei ole edes aikaa, *”kun oon mielummin ulkona ja sit mulla on niin paljon harrastuksia et ehdi olee.” (T7)*

Buckinghamin mukaan lapset suhtautuvat varauksellisesti mainontaan ja ymmärtävät, että asiat näyttävät mainoksissa paremmilta kuin ne todellisuudessa ovat. Lapset kykenivät myös tekemään rationaalisia ostopäätöksiä ja vertailemaan tuotteiden hintoja ja laatuja. Mainonta ei vaikuttanut lasten tekemiin ostopäätöksiin, eivätkä lapset ostaneet tuotetta houkuttelevan ulkomuodon tai sen perusteella, että se on brändituote. (Buckingham 2000, 152–153.)

5.2.5 Merkkituotteiden merkitys lapsille

Haastattelemieni lasten suhde merkkituotteisiin eli brändeihin näyttäytyi lasten kertomana sekä myönteisenä että kielteisenä. Lapset halusivat merkkituotteita mutta toivat myös esiin paheksuntansa niitä lapsia kohtaan, jotka käyttivät merkkituotteita. Lasten suhde brändeihin oli hyvin ristiriitainen. Tämä ilmeni lasten kohdalla esimerkiksi siinä, että merkkituotteet näyttivät olevan osalle haastatelluista lapsista tärkeitä, vaikka lapset eivät pitäneet niiden saamista välttämättömänä ja pakollisena. Lapset olivat kuitenkin tyytyväisiä, jos he saivat merkkituotteita, mikä ilmeni erään lapsen esittämänä: *”No ei se*

sellai oo, et jokaisen vaateen pitäis olla merkkituote mut mun mielestä on ihan kiva, jos välil saan vaikka jonkun yhen merkkituotteen tai välil uuden kännykän.” (T3) Lapset kertoivat, miten vertaisryhmä vaikutti heidän suhtautumiseensa brändejä kohtaan. Eräs haastatelluista lapsista oli huomannut kavereiden vaikutuksen omaan kuluttamiseensa, joka näkyi siinä, *”kun kavereillakin on niin ittekin tekee mieli saada.”(P5)* Lapset halusivat saada samanlaisia tavaroita kuin kaveritkin. Tämä kuvaa sitä, kuinka tärkeäksi samanlaisuus ja yhdenmukaisuus lasten keskuudessa koettiin ja millainen merkitys merkkituotteilla on lasten elämässä.

Lapset antoivat merkkituotteille tietyn merkityksen omassa elämässään ja kertoivat hankivansa niitä, jos heillä oli siihen mahdollisuus. Lapset perustelivat itselleen ja muille, miksi he eivät käytä tai osta merkkivaatteita tai – tuotteita esimerkiksi seuraavalla tavalla. *”Ei tai tykkään, että on jokin merkkivaate mutta ne on niin kalliita, että en halua ostaa sellaisia, jos ostaa ihan tavallisia.”(T1)*

Lapset käyttivät myös muita kuin merkkituotteita. Lapset perustelivat tiettyjen tuotteiden arvoa itselleen, koska heillä ei ole mahdollista saada merkkituotteita, niin brändituotteiden sijasta lapset käyttivät samantyyppisiä tavallisia vaatteita, joita voi ostaa brändituotteita edullisemmalla hinnalla. Eräs haastateltavista perustelee halvemman tuotteen ostamista seuraavalla tavalla. *”Jos jossain merkkikaupassa kaupungilla on joku hieno toppi, vaikka Robin Hoodiin siel on ihan samanlainen mut se on paljon halvempi, et mulle ei niinku ole kamalasti tärkeä se onks merkkivaatteita.”(T7)*

Lapset valitsivat tuotteita myös muiden asioiden kuin merkin perusteella. Lapset tarvitsivat uusia vaatteita ja kenkiä, koska vanhat olivat jääneet pieniksi lasten kasvaessa. Lapsille ei tästä syystä ollutkaan tärkeintä merkki tuotetta hankittaessa, vaan että saa uuden kestävän tuotteen vanhan tilalle. *”Satun tarvitsemaan ne vaatteet niinkö esimerkiks talvikengät ...ei ole sillä väliä, onks ne jonkun Adidaksen tai Puman talvikengät.” (T6)*

Myös harrastuksilla oli vaikutusta siihen, millaisia vaatteita tai tuotteita lapset käyttivät. Esimerkiksi hip hop-kulttuuriin kuuluu kalliit merkkivaatteet, kuten eräs lapsista kertoi: *”Ja sit kuitenkin hip-hop- vaatteet tollaset niinku sellaset roikkuvat jutut ne maksaa aika paljon tää Veskin hupparikin voi olla viissataa. Joo hip hop-vaatteet ei periaatteessa oo ei-merkkivaatteita kaikki on sellasii hyvii.” (T9)* Hän kertoi myös miten on ”tuunannut” vaatteestaan merkkivaatteen tyyliä: *”Kaikki on sellasii ne maksaa paljon sen takii mä oon vanhoista vaatteista repinyt kaula-aukon tälle se roikkuu toisesta.”*

Brändit auttavat lapsia ja nuoria kasvamaan, muodostamaan ja vahvistamaan omaa identiteettiään sekä vähentämään aikuiseksi kasvamisen epävarmuutta. Aledin mukaan lapsilla on viharakkaussuhde brändejä kohtaan. (Aledin 2009, 136–140.) Lapset tuovat brändien eli merkkituotteiden avulla esiin itseään omassa ympäristössään. Lapset yhdistelevät halpisbrändejä ja kalliimpia tuotteita luodessaan omaa tyyliään. (Aledin 2005, 62–65.) Aledin (2005, 63) mukaan lasten ja nuorten kulutukseen vaikuttavat vanhempien, sisarusten ja kavereiden lisäksi muut samanikäiset nuoret. Tämä näkyi myös haastattelemini lasten kohdalla.

5.2.6 Rahan merkitys lasten elämässä

Rahan saaminen oli lasten mukaan, *”ei ehkä onnelliseksi mutta vähän iloiseksi”* (T3) tekevä asia. Rahan sijasta lasten elämään onnellisuutta tuottivat ihmissuhteet, kuten eräs haastatelluista lapsista kertoi: *”Niinku onnelliseksi tekee mun perhe ja ystävät ja silleen.”* (T7) Jotkut lapset toivat esiin, että joskus on kiva saada rahaa, kun sen avulla voi ostaa kauan haaveilemansa tavarat. *”No riippuu vähän asiasta mitä ostaa. Silleen ihan kiva. Sillee jos jotain mitä on vaikka kauan halunnut jotain tietty juttu ja sitte saa on se kiva silleen.”* (P9)

Lapset kertoivat saavansa viikkorahaa tai kuukausirahaa. Osalle lapsista maksettiin ”ekstraa” silloin tällöin mutta heille ei annettu säännöllisesti viikkorahaa. Tytöille viikkoraha oli joskus unohdettu maksaa. Pojat puolestaan kertoivat, että viikkorahan tai kuukausirahan määrä nousee lapsen vanhetessa. Lasten saamien rahojen määrä vaihteli 2€–35€ välillä. Lapset saivat rahaa viikkorahan lisäksi myös syntymäpäivälahjoina, kotitöiden tekemisestä ja koulutodistuksesta. Eräs lapsista kertoi rahan saamisesta syntymäpäivälahjaksi: *”Mut yleensä mä saan jotain jos on jotkut synttärit tai jotkut vastaavat juhlat niin kyl mä sitten saan niinku enemmän yhteensä sillai. Joltain saan kaksikymppiä mut sit joltain viiskymppiä. Joltain tulee rahoina mut sit joltain tulee tavaroita tai vaatteita... jotain sellaista käytännöllistä ja hyödyllistä, ei tuu enää mitään sellaista mikä jää sinne kaapin pohjalle.”* (T4)

Kysyin lapsilta millaiselta heistä tuntuisi, jos heillä ei olisi rahaa käytössään, eivätkä he voisi kuluttaa tai ostaa mitään. Lapset kertoivat asiasta omasta elämästään esimerkkejä etsien. Lapset ymmärsivät rahalla olevan merkitystä heidän elämässään. Rahaa tarvitaan,

koska ”periaatteessa ilman rahaa ei saa ruokaa eikä mitään. On se sit kivaa et on rahaa.” (T9) Rahan avulla voi siis lasten mukaan hankkia tarpeellisia asioita. Jos rahaa ei olisi, tuntuisi se lasten mukaan pahalta, oudolta ja kamalalta erityisesti niissä tilanteissa, joissa olisi jokin pakollinen tarve, jota ei voisi hankkia. Rahattomuus merkitsi lapsille ulkopuolelle jäämistä, yksinäisyyttä ja osallistumisen mahdollisuuksien heikkenemistä vapaa-ajan viettämiseen toisten lasten kanssa. Eräs lapsista kuvasi esimerkin avulla miltä rahattomuus tuntuisi. ”No joskus se ei oikeen tuntuis miltään mut jos olis pakollinen tarve kyl se vähän pahalta tuntuis. Jos muut esimerkiksi menis ostamaan niin jäis yksin.” (P5) Lapset toivat esiin myös vaihtoehtoisen tavan ajatella asiaa. Lasten mielestä, jos on tuhlanut kaikki rahansa niin on ehkä oikein, että joutuu miettimään ostamistaan. Lasten mukaan kuluttamisen sijasta voi tehdä muutakin, eikä aina tarvitse olla ostamassa. Jotkut lapsista kertoivat, että heillä on tarpeeksi vaatteita ja tavaroita ja sillä, että aina ei ole rahaa käytössä ei ole heille merkitystä. ”Riippuu vähän niinku tilanteesta joskus jos tarvis sit jotain niin aika sillan kauheelta... mut jos ei tarviis niin sit ei oikeen oo väliä.” (P10) Eräs lapsista näki rahattomuuteen ratkaisuna rahan hankkimisen. ”No mä yrittäisin ansaita sitä jotenkin.” (T4)

Lapset olivat omien kokemustensa perusteella huomanneet, että ostaminen ei ollut aina mukava asia, koska ostamiseen liittyi valintojen tekeminen ja pettymyksiä kokeminen. Lasten mielestä ostaminen ei ollut ainoastaan hauskaa ja kivaa, vaan se voi olla ”tympeäkin” esimerkiksi seuraavasta syystä: ”No musta ei oo yhtään hauskaa, en tykkää siitä, että joudun antamaan rahaa, jos vaikka kaupassa on hieno vaate mut sitten kun tuun kotiin niin se ei sovikaan yhtään ja se ei ole kovinkaan kivaa.” (T7) Lapsilla oli sekä onnistuneita että epäonnistuneita ostokokemuksia. Ostamisessa lapset eivät pitäneet siitä, että he kokivat tuhlaavansa rahojaan turhiin ostoksiin ja tavaroihin. Lasten mukaan omia ostoksia oli kivempi ostella kuin esimerkiksi perheen ruokaostoksia.

Lapsilta kysyttiin myös mitä he ajattelevat tuhlaamisesta. Eräs lapsista määritteli, mitä tuhlaaminen hänen mielestään tarkoittaa: ”Jos on ihan koko ajan ostelemassa, jotain vaikka ei tarvii mitään...voihan välillä joskus ostaa jotain kivaa.” Tuhlaamista oli lasten mukaan siis jokapäiväinen kaupoilla käyminen, jatkuva ostaminen ja ostaminen ilman todellista tarvetta. Lapset eivät omasta mielestään olleet tuhlareita, eivätkä kuluttaneet liikaa. Lapset kertoivat ostavansa tavaroita, joita he tarvitsevat. Lasten mielestä, voi myös ostaa jonkun mukavan asian, jota varten on säästänyt kauan. (T3) Eräs lapsista kertoi esimerkin tuhlaamisesta omasta lapsuudestaan: ”Voi esim. pienempänä mä halusin jonkun lelun sitte ko mulle

ostettiin se mulla oli sen päivän ja pari päivää mut sitte mä en enää halunnu. Sit kun meillä oli kolmosella koulun kirppis luokkaretkelle niin mä myin yli puolet näistä mun pehmoleluista niin mulla ei ole enää paljon, eikä mulle oo enää sen jälkeen ostettu ainuttakaan.” (T6)

Lapsilta kysyttiin myös mitä he ajattelevat säästämisestä. Säästämisen lapset mielsivät tärkeäksi asiaksi elämässään. Säästäminen mahdollisti lasten haluamien tai tarvitsemien tavaroitten hankkimisen. Eräs lapsista kertoi kuinka hän rahoittaa ratsastusharrastustaan itse säästämiensä rahojen avulla: *”Itse asiassa mä harrastan ratsastusta ...ratsastusleirille mä itse säästin kaikki myös käyttörahat... mä maksoin itse koko leirin ja mä sain synttärilahjaksi ratsastushousut, et mä en sillai pyydä äidiltä erikseen niinkö se ratsastuskortti niin mä maksoin sen ja välillä äiti maksaa ja sitte ratsastuskamat mä sain synttärilahjaksi, joululahjaksi ja leirit maksan ite.”* (T6)

Lapset olivat tottuneet säästämään rahaa saadessaan. Lapset kertoivat säästämisestään omien kokemusien avulla. *”No säästän aika paljon. Ajattelin, et sitten kun täytän 15 haluisin ostaa skootterin. Oon yrittäny vähän säästää siihen. En tiedä. Säilytän aika paljon rahoja. En tiedä ikinä mihin.”* (T3) Jotkut lapsista kertoivat säästäneensä jo pienestä saakka ja heille oli kertynyt säästöön paljon rahaa. Lapsilla oli isoja säästökohteita tulevaisuutta varten, kuten ajokortti, auto tai agility-kilpailuun osallistuminen. Lapset säästivät myös, jos tulisi johonkin tarvetta varmuuden vuoksi. Lapset kokivat hyväksi asiaksi, että voisivat tarpeen vaatiessa ottaa säästöstä rahaa käyttöönsä.

Säästäminen koettiin muutenkin mukavana asiana. Se antoi lapsille mahdollisuuden ostaa jonkin haluamansa tavaran vanhempien mielipiteestä huolimatta. Oma raha antoi lapsille siis valtaa omien ostopäätöksiensä tekemiseen. Lapset säilyttivät rahojaan ”säästölompakossa”, josta he ottivat rahaa lähtiessään kaupungille kavereiden kanssa. Eräs haastatelluista lapsista kertoo esimerkin: *”No ei yleensä mut jos mä oon esimerkiks lähössä tän viikon lauantaina sen X:n kanssa taas kaupungille niin kylhän me otetaan jonkun verran rahaa varmaan jotain viiskymppiä, koska me otetaan niinku vaatteita kun mulle on jääny viime kesästä tosi paljon pieneks silleen.”* (T9)

Lapset toivat esiin omien kokemustensa avulla, kuinka he toteuttavat kuluttamisen avulla yksilöllisiä tarpeitaan ja toiveitaan ja kasvavat kuluttajiksi (Nivala 2008, 264). Lapset tulkitsivat kuluttamisensa kautta itseään taloudellisenä toimijana. Kuluttaminen voidaan nähdä inhimillisenä toimintana, joka voi tuottaa pettymyksiä ja ongelmia mutta myös iloa ja

mielihyvää lasten elämään. (Autio 2006, 130–131.) Lapset ja nuoret eivät voi orientoitua ympäröivään todellisuuteen ja pitäytyä vakiintuneissa toiminta- tai ajattelutavoissa, vaan heidän on luotava identiteettiään koko ajan ja vertailtava itseään ympäröivään yhteiskuntaan (Aittola 2000, 172–174). Lasten on kehitettävä valmiuksiaan ja opittava tarkastelemaan sekä mainonnan viestejä että kulutusvalintojaan ja -päätöksiään kriittisesti, jotta heistä kasvaisi tiedostavia ja vastuullisia kuluttajia (Nivala 2007, 45–46).

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksessani selvitettiin vanhempien, kavereiden, mainonnan, merkkituotteiden, rahan ja koulun merkitystä lasten kuluttamiseen lasten haastattelujen avulla. Lisäksi tarkasteltiin eläytymismenetelmätarinoiden perusteella millaisia mahdollisuuksia lapsilla on toteuttaa erilaisia kuluttamiseen liittyviä toiveitaan ja haaveitaan. Lasten ilmaisemissa toiveissa tulivat esiin lasten yksilöllisyys, oma elämäntyyli, harrastukset ja se, mitkä asiat ovat lapselle tärkeitä elämässä tällä hetkellä. Lisäksi lapset kuvasivat tulevaisuuteen ja aikuisikään suuntautuvia tai koskaan toteutumattomia unelmia. Suosituimpia lasten ilmaisemia toiveita olivat vaatteet, makeiset ja muut syötävät, harrastukset ja harrastusvälineet, matkat, elektroniikka ja pelit, musiikki ja huvipuistot. Lapsille säästäminen oli suosittu rahojen käyttämisen vaihtoehto ostamisen ja kuluttamisen ohella. Sen sijaan koulutarvikkeet, kirjat ja lelut tulivat esiin vain muutamien lasten toiveissa.

Tutkimuksessani tuli esiin, että lasten kuluttaminen eriytyy sukupuolittain. Tyttöjen ja poikien kuluttaminen on rakenteeltaan erilaista. Tytöt kuluttavat perinteisiin naisellisiin asioihin ja pojat miehille tyypillisiin asioihin. Lapset omaksuvat sosiaalistumisen kautta perinteisiä nais- ja mieskuluttajalle kuuluvia rooleja, joita toteuttavat omassa kulutuskäyttäytymisessään. Lasten kuluttamisessa on jonkin verran huomattavissa eri sukupuolien kuluttamisen lähentymistä toisiinsa. Lasten kasvaessa kuluttaminen ei jakaudu niin selkeästi tyttöjen ja poikien omiksi jutuiksi, vaan lapsille tulee yhteisiä kulutuksen kohteita kuten harrastusvälineet, teknologiatuotteet ja vaatteet (Wilska 2006, 29–30).

Tutkimukseni osoitti vanhempien roolin lasten kuluttamisessa olevan tärkeä monella tavalla. Lapset saavat vanhemmilta konkreettisia neuvoja kuluttamisesta. Vanhemmat rajoittavat lasten liiallista kuluttamista ja kasvattavat lapsia järkeviksi ja kohtuullisiksi kuluttajiksi. Lapset saavat vanhemmiltaan viikkorahoja, joka mahdollistaa lasten kuluttajuuden. Lapset saavat myös esittää mielipiteitään kodin yhteisistä ostopäätöksistä, vaikka lopulliset päätökset vanhemmat tekevätkin itse. Lapsilla on eniten mahdollisuuksia vaikuttaa omiin tavaroihinsa koskevissa kulutusvalinnoissa. Tutkimani lapset osoittivat tarvitsevänsä aikuisia kertomaan heille, miten toimia kuluttamisen korostamassa maailmassa. Sain tutkimukseni kautta vahvistusta sille, että lasten kuluttajiksi kasvamiseen vaikuttavat vanhempien antamat kulutusmallit, kulutusasenteet, suhtautuminen lasten osto- ja rahapyyntöihin ja

mielipiteiden huomioiminen perheen yhteisissä ostopäätöksissä (Wilska 2010, 120). Lapset saavat kokemuksiensa perusteella käsitystä itsestään kuluttajana ja taloudellisena toimijana. Lapsen mahdollisuudet osallistua ja vaikuttaa perheen yhteisiin ostopäätöksiin antaa lapselle kokemuksia siitä pidetäänkö hänen mielipiteitään tärkeinä. (Raijas & Wilska 2007, 29.)

Tämä tutkimus teki näkyväksi lasten vapaa-ajan elämää ja kuluttamisen osuutta siinä. Tutkimani lapset kertoivat viettävänsä vapaa-aikaansa kavereidensa kanssa elokuvissa, ostoksilla, hampurilaisravintoloissa ja huvipuistoissa. Lapsille kuluttaminen on yhä useammin kodin ulkopuolella tapahtuvaa sosiaalista toimintaa monenlaisissa harrastuksissa ja vapaa-ajan palveluissa. Brusdalin ja Lavikin huomiot siitä, että lapset ovat aktiivisia ja tekevät paljon muutakin kuin shoppailevat ilmeni myös tutkimieni lasten kohdalla (Brusdal & Lavik 2008, 405.). Lapset kertoivat viettävänsä aikaa kavereidensa kanssa ulkoillen, pelaten jalkapalloa, olevansa tallilla tai muiden harrastusten parissa.

Tutkimukseni osoitti että, lapsille on tyypillistä vertailla omaa kuluttamistaan toisten lasten kulutukseen. Lasten keskuudessa on tärkeää tietää, mikä on suosittua ja trendin mukaista. Merkkituotteet ovat haluttuja ja toivottuja mutta eivät välttämättömiä lasten elämässä. Itse tuotetta tärkeämmiksi muodostuvat sen tarpeellisuus ja hinta. Lapset voivat käyttää merkkituotteiden sijasta samantyyllisiä mutta edullisempia tuotteita (Aledin 2005, 63–64). Tutkimieni lasten puheissa kulutuksesta tuli esiin oman tyylin korostaminen. Lapset eivät halua olla samanlaisia, vaan erottua muista kuluttamisen kautta luomalla persoonallisen ja oman näköisensä tyylin. Lapset esittelevät omaa tyyliään ja tekevät huomioita kavereiden tyylistä. (Mattila 2006, 59.)

Median, mainonnan ja kuluttamisen rooli lasten kasvuympäristöinä aiheuttaa keskustelua. Koulussa lasten oma kulttuuri, innostuksen ja kiinnostuksen kohteet jäävät helposti huomioimatta ja kiellettyjen ja rajoitettujen asioiden piiriin. Vallitseva koulukulttuuri ei huomioi lasten vapaa-aikaa ja siihen liittyvää media- ja kulutuskulttuuria osana lasten elämää. Tästä syystä koulusta tulee erillinen saareke lasten arkielämässä. Lapset olisi ymmärrettävä koulussakin kokonaisina persoonina, eikä pelkästään oppilaina. Koulu on irrallinen lasten vapaa-ajasta ja lasten omasta kulttuurista. Lapset tuovat kuluttamisen mukanaan kouluun koko olemuksensa, ajatustensa, tapojensa ja käyttäytymisensä kautta, joten koulussakin lasten koulun ulkopuoliseen elämään olisi hyvä olla kiinnostusta myös koulussa. (Pohjola & Johnsson 2009, 103–107.) Tutkimuksessani jotkut lapsista näkevät kulutuksen olevan

niin irrallaan koulun arjesta, että siitä puhuminen ei edes heidän mukaan kuulu kouluun. Syynä tähän lapset pitävät sitä, että opettajat koulussa, eivät tunne lasten kulutuskulttuuria, eivätkä osoita olevansa kiinnostuneita lasten elämän muista osa-alueista kuin niistä, jotka liittyvät kouluun ja oppimiseen. Toisaalta lasten joukosta löytyy myös niitä, jotka näkevät kuluttamisesta ja mainonnasta puhumisen koulussa tärkeänä nuorten liiallisen kuluttamisen takia.

Lasten käsitykset kuluttamisesta muodostuvat siinä kulttuurissa missä he elävät. Lapset omaksuvat kulttuurissa vallalla olevia puhetapoja ja siirtävät ne omiin käsityksiinsä muovatessaan kuvaa itsestään kuluttajana. Lapset tunnistavat sekä kuluttajalapsuuden kuvastot, jotka korostavat kuluttamista elämän keskiössä että maltillisemman ja säästäväisemmän kulutuspuheen, jossa kulutetaan tarpeeseen. (Autio 2006, 133.) Molemmat näkökulmat nousivat esiin haastateltujen lasten puheessa kuluttamisestaan ja myös lasten kirjoittamissa eläytymismenetelmätarinoissa. Lapset ilmaisivat miten kivaa on ostella kaikenlaisia tavaroita, huvitella ja unelmoida ostamisesta ja kuluttamisesta. Toisaalta he toivat esiin myös kuinka pahalta tai kamalalta tuntuisi, jos ei olisi rahaa käytettävänä tarpeellisiin tai pakollisiin asioihin. Raha näyttää siis vaikuttavan lasten osallistumisen mahdollisuuksiin kulutuskulttuurissa. Haastattelemani lapset kertovat, kuinka jotkut lapset kuluttavat liian paljon rahaa merkkituotteisiin ja tavaroihin, joita he eivät tarvitsisi ja jotka rikkoutuvat helposti. Itseään lapset pitävät kuitenkin maltillisina ja kohtuullisina kuluttajina. Aittolan (2010, 345) mukaan joidenkin lasten kohdalla liiallinen kuluttaminen ja materialistiset elämänarvot voivat johtaa siihen, että lapset sisäistävät markkinoiden viestit omaan elämäänsä kriittikittömästi ja liian helposti. Tutkimukseni perusteella lapset osaavat ajatella kriittisesti kuluttamisesta, eivätkä materialistiset arvot ohjaa heidän elämäänsä.

7 POHDINTAA

Sosiaalipedagogiikan pro gradu-tutkielman tarkoituksena oli tutkia lasten kuluttamisen merkityksiä ja tuottaa kuluttamisesta ilmiönä tietoa lasten kertomana. Tutkielman tavoitteena oli etsiä vastauksia siihen mitä asioita lapset pitävät elämässään tärkeinä ja miten lapset luovat omia merkityksiään kuluttamisesta sekä millaisena näyttäytyy tämän päivän lapsuus kulutuksen keskeisessä elämässä lasten näkökulmasta. Lapset elävät kulutuskulttuurissa ja osallistuvat siihen eri tavoilla oman toimintansa avulla. Lasten elämässä kuluttaminen ei liity vain rahan käyttämiseen, ostamiseen ja tuotteiden hankkimiseen, vaan kuluttaminen määrittää lapsen maailmankuvan rakentumista ja vaikuttaa siihen mitä asioita lapsi pitää elämässään tärkeinä ja tavoiteltavina hyvän elämän kannalta.

Lasten eläytymismenetelmätarinat ja haastattelut paljastivat kuluttamisen kokonaisvaltaisuuden lasten elämässä. Kuluttaminen kuului tärkeänä osana lapsen muuhun elämään, ihmissuhteisiin, harrastuksiin ja vapaa-ajan viettämiseen. Lapset rakentavat myös identiteettiään kuluttamisen avulla. Kasvatuksen osalta on tärkeää tunnistaa, millaisessa elinympäristössä lapset elävät ja lasten kasvua haittaavia ja edistäviä tekijöitä. Lasten elämään kuluttamisella voi olla sekä myönteisiä että kielteisiä vaikutuksia. Tästä syystä lasten kuluttamiseen ei voida suhtautua välinpitämättömästi ja yrittämällä sulkea lapset kuluttamisen ulkopuolelle. Nykyajan lapsilta vaaditaan kasvamista kuluttajakansalaisiksi ja taloudelliseksi toimijoiksi. Lapset tarvitsevat tietoja ja taitoja selviytyäkseen kulutuskeskeisessä maailmassa, jotta he oppisivat toimimaan ja ajattelemaan kriittisesti ja punnitsemaan eri valintojensa seurauksia oman elämänsä kannalta.

Millaiseksi lasten elämä määrittyy kulutuskulttuurissa? Kuluttamisen nähdään kuuluvan lapsuuteen luonnollisena osana ja markkinointi luo lapsille mallia, että olet sitä mitä kulutat. Elämysmarkkinat luovat tarpeita ja haluja kuluttamiselle ja juurruttavat lasten mieliin ja ajatuksiin kuluttamisen ja ostamisen arvoja. (Kupiainen & Suoranta 2005, 288–289.) Kuluttaminen ei ole lapsille yhdentekevä asia, vaan se on monella tavalla merkityksellinen ja lasten arkipäiväiseen elämään liittyvä toiminto. Tutkimukseen osallistuvat lapset toivat esiin myös ristiriitaista suhtautumista kuluttamiseen, ostamiseen ja rahan käyttämiseen. Lapset näkivät kuluttamisessa myönteisinä, mielihyvää ja iloa tuottavina asioina harrastukset, elämykset ja vapaa-ajan viettämisen yhdessä kavereiden kanssa. Kielteisinä asioina kuluttamisessa lapset näkivät materialistisuuden, liiallisen ostamisen ja kohtuuttoman

merkkituotteisiin liittyvän kuluttamisen. Tutkimani lapset osoittivat osaavansa suhtautua kriittisesti kuluttamiseen. Lapset osoittautuivat huomattavasti itsenäisemmiksi toimijoiksi ja vähemmän ulko-ohjatuiksi, median ja mainonnan ohjaamiksi kuin kriittinen tutkimus-suuntaus tai lasten mainonnan tutkimukset osoittavat lasten olevan.

Lasten maailmankuvan ja identiteetin rakentuminen näyttäytyy haasteelliseksi ja monimutkaiseksi tehtäväksi postmodernissa alati muuttuvassa yhteiskunnassa. Sosiaalipedagogiikan näkökulmasta kulutusyhteiskunnassa kasvaminen vaatii huomion kiinnittämistä lasten hyvinvoinnin kannalta merkityksellisiin asioihin. Kasvatuksen avulla lasta voidaan auttaa ja ohjata valitsemaan oman elämän kannalta arvokkaita ja olennaisia asioita sekä vastaavasti välttämään arvottomia ja turhia asioita, jotka voivat olla haitallisia hänen hyvinvointinsa kannalta (Hämäläinen 2007, 436). Yhteiskunta ja sen kulttuuri voivat sekä tukea että tukahduttaa lasten arvojen ja muiden syvempien ominaisuuksien kehittymistä (Hämäläinen & Kurki 1997, 24).

Sosiaalipedagogiikan antia lapsiin kohdistuvassa kulutuskeskustelussa on nostaa esiin vaihtoehtoisia, kriittisiä ja kulutukselle vastakkaisia näkökulmia. Lasten elämässä eivät saisi liikaa hallita materialistisuuteen painottuvat arvot ja kilpailullisuus, joita markkinointi edustaa. Lapsille on esitettävä elämässä olevan muitakin arvoja kuin talouden arvostamia kovia arvoja, joissa on vähän sijaa tunteille, totuudelle, kauneudelle ja hyvyydelle. Lapsille on osoitettava, ettei ihmisen arvoa voi määritellä ulkoisten tekijöiden tai omaisuuden perusteella. (Suoranta 2010, 333; Skinnari 2004, 65.) Elämän merkitys ja tarkoitus voivat hämärtyä ja elämästä voi puuttua sen mielekkyys, jos elämässä tärkeimmäksi asiaksi muodostuu kuluttaminen ja materian hankkiminen. Kuluttaminen korvaa aidomman ja oikeamman elämäntavan ja muuttaa elämän pinnalliseksi ja materiaaliseksi. Ihmisen arvo nykyisessä ajassa määräytyy sen perusteella, millainen hän on kuluttajana ja taloudellisena toimijana. Markkinoiden ohjaamina lapset voivat tuotteistaa itsensäkin ja elää vieraantunut elämäntyylillä. (Skinnari: 2004: 29, 191.)

Epätoivottavin kehityssuunta, joka kuluttamisen yhteydessä on havaittavissa on eriarvoisuuden kehittyminen lasten välille sen mukaan, miten varakkaita lasten vanhemmat ovat. Lasten elämässä tämä tulee esiin siten, että lapset arvottavat toisiaan sen mukaan, kenellä on uusimmat tuotteet ja kuka on trenditietoisin ja brändituntevin. (Partanen & Lahikainen 2008, 74.) Lapset, joilla ei ole mahdollisuutta osallistua kuluttamiseen, voidaan jättää kaveriryhmien ulkopuolelle ja heitä voidaan kiusata sen takia, että heillä ei ole mahdollisuut-

ta hankkia uusia vaatteita tai ”hittituotteita” (Nikkinen 2010: 1–4). Lapset oppivat kulutus-kulttuurissa yhteisöllisyyden sijasta yksilöllisyyden arvostamista ja toisen ihmisen näke-mistä välineenä oman aseman vahvistamiseksi (Skinnari: 2004, 29). Lasten elämässä olisi korostettava sekä itsensä että toisten huomioimisen merkitystä itsessään arvokkaina per-soonallisuuksina, eikä kuluttamisen kautta määriteltynä.

Koulun olisi mahdollista kyseenalaistaa ja tuoda erilaisia näkökulmia yksipuolisten ja ta-loudellisten näkökulmien rinnalle, joita markkinoitunut kulutuskulttuuri esittää. Jos koulu ei ole kiinnostunut lasten elämästä, lapset joutuvat tekemään päätelmiään omien johtopää-tösten perusteella. Koulun rajanveto lasten koulumaailman ja arkimaailman välille saa las-ten kiinnostuksen koulua kohtaan vähenemään. Koulussakin lasten kulutukseen olisi kiin-nitettävä enemmän huomiota.

Lapset muodostavat itselleen merkityksiä kuluttamisesta sen mukaan millaisia omakohtai-sia kulutuskokemuksia heille on syntynyt ja millaisia tarinoita kuluttamisesta heille on ker-rottu. Lapset omaksuvat myös kulttuurissa käytettyjä yleisiä kuluttamisen puhetapoja. Merkitykset kuvaavat yksilöllistä tapaa hahmottaa kuluttaminen. Jokainen lapsi luo omat merkityksensä, jotka voivat olla erilaisia ja erota muiden kuluttamiselle antamista merki-tyksistä. Toisaalta lapsilla on myös jaettuja merkityksiä, jotka muodostuvat lasten välisten yhteisten kulutuskokemusten kautta. Lapset saavat virikkeitä omille haaveilleen ympäri-i-västä maailmasta ja siitä kulttuurista, jossa he elävät. Toiveet ja haaveet kuvaavat erilaisia valinnan mahdollisuuksia, joita lapsella on kuluttajana mahdollista kulutuskulttuurissa to-teuttaa.

Lasten merkitykset kuluttamisesta vastasivat hämmästyttävän paljon tutkimuksien tuloksia, joissa oli tutkittu noin 16-vuotiaita nuoria. Kertooko tämä siitä, että eri-ikäiset lapset ja nuoret jakavat samanlaisia merkityksiä, koska he elävät saman kulttuurin vaikutuspiirissä vai vaikuttaako tähän vanhempien lapsilleen välittämät kuluttamismerkitykset? Voidaan myös miettiä, ovatko lasten käsitykset samansuuntaisia nuorten kanssa, koska lapset ovat omassa kulutuksessaan lähestymässä nuorisokulttuuria ja mainostajat myös tarjoavat lap-sille nuorille tarkoitettuja tuotteita. Tämä oli mielenkiintoinen tutkimuksessani esiin nous-sut ilmiö, joka jäi pohdituttamaan pitkäksi aikaa.

Tutkimuksessa käyttämäni tutkimusmenetelmät täydensivät toisiaan ja tuottivat erilaista tietoa tutkimustani varten. Eläytymismenetelmän avulla tutkimusaihetta ja lasten näke-myksiä kuluttamisesta oli mahdollista tarkastella lasten kulutustoiveiden ja haaveiden avul-

la. Lasten eläytymistarinat kertoivat myös lasten omaksumista kuluttajuuteen liittyvistä puhetavoista. Haastatteluissa lapset toivat esiin kuluttamiseen liittyviä kokemuksiaan ja kuluttamisen merkityksiään. Tutkimukseni kautta tuon esiin yhden mahdollisen tavan kuvata tutkittavien elämäntodellisuutta. Tutkimusprosessin aikana käsitykseni lasten kulutus-käsityksistä saivat uudenlaisia näkökulmia ja syvenivät. Ymmärsin kuinka moniulotteisia vaikutuksia kuluttamisella voi olla lasten elämään.

Tutkimusprosessin aikana oma tietämykseni lasten kuluttajuudesta lisääntyi. Yhteiskunta-tieteen kannalta lasten kokemusten ja näkökulmien avulla voidaan tuottaa merkittävää tietoa tämän päivän lapsuudesta. Lapsia tutkimalla on mahdollisuus tuoda aikuisten näkö-kulmien rinnalle lasten näkemyksiä ajankohtaisista ilmiöistä lasten omalta paikalta ja ase-masta tarkasteltuina. Lapset saattavat paljastaa ja tuoda paremmin näkyviksi omien näkö-kulmiensa lisäksi, jotakin vallitsevista diskursseista ja kulttuurisista käytännöistä. Lapset toimivat vuorovaikutuksessa toistensa ja aikuisten kanssa ja käyvät vuoropuhelua myös toimintaympäristöjensä kanssa. Tiedotusvälineet, sosiaalinen media ja kaupallinen mainon-ta vaikuttavat lapsiin, mutta lapset muokkaavat niitä omalla tavallaan ja luovat omia merki-tyksiään. (Karlsson 2010, 125.) Lasten arkielämästä tuotettu tieto on kasvattajille arvokas-ta, koska se auttaa ymmärtämään lasten elämäntodellisuutta ja lapsuutta elämänvaiheena (Alanen 2001, 162).

Tutkimukseni perusteella lapset osoittautuivat tutkimusinformantteina yhtä luotettaviksi tiedonantajiksi kuin muunkin ikäiset. Lapset kertoivat asioita omasta näkökulmastaan ja oman elämäkokemuksensa perusteella kertoen kokemuksiensa avulla elämästään ja tuo-den esiin omia eri asioille antamiaan merkityksiä. Tutkittaessa lasten elämään kuuluvia ilmiöitä lapset ovat tiedonantajina asiantuntijoita kertomaan omasta elämästään ja siihen liittyvistä asioista. Lapset ovat haasteellisia tutkittavina ja vaativat, että tutkija on kiinnos-tunut lapsista ja heidän antamastaan tiedosta. Tutkijalla on oltava taitoa luoda lapsen kans-sa vastavuoroinen ja kuunteleva haastattelutilanne. (Aarnos 2007, 173.) Lasten vastauksiin voi jossain määrin vaikuttaa hyvän lapsen puhe, tarve vastata tavalla, jonka lapsi olettaa olevan aikuisten mielestä oikein ja toivottavaa. Toisaalta kaikenikäisille ihmisille on tyy-pillistä puhua samoista asioista eri tavoin tilanteesta riippuen (Aaltio & Puusa 2011, 160).

Tutkiessani lasten kulutusta minulle heräsi kysymys: Missä lasten kulutuksesta tällä hetkel-lä keskustellaan? Onko mediakeskeisyys häivyttänyt aiheen keskeisyyden? Toisaalta mie-tin, että onko kuluttaminen niin tavallinen ja normalisoitunut ja tyhjiin valutettu aihe, että

siitä puhumista ei pidetä enää tarpeellisena. Luulisi kuitenkin, että tällaiselle keskustelulle on tarvetta, kun lapsiin kohdistetaan entistä suurempaa markkinointia ja kulutus saa koko ajan entistä vahvemman otteen lasten elämisessä. Lasten kuluttamisessa riittää tutkittavaa enemmänkin ja se on aihe, josta tarvitaan lisää tietoa ja lasten kokemuksia eri tieteiden alueelta. Jatkotutkimuksessa olisi tarpeellista selvittää ja keskittyä tarkemmin johonkin lasten kulutuksen osa-alueeseen, kuten esimerkiksi miten koulussa huomioidaan lasten kuluttamiseen liittyviä kysymyksiä. Lasten kuluttamisesta ja sen yhteydestä heidän hyvinvointiinsa tarvitaan lisää tietoa. Myös lasten eriarvoisuuteen kuluttamisessa olisi kiinnitettävä huomiota enemmän ja siitä olisi tuotettava tutkimuksellista tietoa.

LÄHTEET

Aaltio, Iris & Puusa, Anu 2011. Laadullisen tutkimuksen luotettavuus. Teoksessa Anu Puusa & Pauli Juuti (toim.) Menetelmäviidakon raivaajat- perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan. Helsinki: JTO, 153–166.

Aarnos, Eila 2007. Kouluun lapsia tutkimaan: havainnointi, haastattelu ja dokumentit. Teoksessa Juhani Aaltola & Raine Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-kustannus, 170–183.

Aittola, Tapio 2000. Nuorten arkipäivän oppimisympäristöt. Teoksessa Leena Laurinen (toim.) Koti kasvattajana, elämä opettajana. Kasvatus- ja oppimiskulttuurit tutkimuskohteina. Jyväskylä: PS-kustannus, 171–189.

Aittola, Tapio 2010. Nuoret konsumeristisessä kulttuurissa. Teoksessa Elina Nivala & Mikko Saastamoinen (toim.) Nuorisokasvatuksen teoria- perusteita ja puheenvuoroja. Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 73. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto, 339–350.

Alanen, Leena 2001. Lapsuus yhteiskunnallisena ilmiönä. Teoksessa Anne Sankari & Jyrki Jyrkämä, (toim.) Lapsuudesta vanhuuteen iän sosiologiaa. Jyväskylä: Gummerus, 161–186.

Alanen, Leena 2009. Johdatus lapsuudentutkimukseen. Teoksessa Leena Alanen, & Kirsti Karila, (toim.) Lapsuus, lapsuuden instituutiot ja lasten toiminta. Tampere: Vastapaino, 9–30.

Alasuutari, Maarit 2009. Mikä rakentaa vuorovaikutusta lapsen haastattelussa. Teoksessa Johanna Ruusuvuori & Liisa Tiittula (toim.) Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Tampere: Vastapaino, 145–162.

Alasuutari, Pertti 1999. Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino.

Aledin, Samil 2005. Brändit varhaisteinien elämässä. Teoksessa Minna Autio & Petri Paju (toim.) Kuluttava nuoruus. Nuorisoasiain neuvottelukunta, Stakes. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto, 56–65.

Aledin, Samil 2009. Teenagers' brand relationships in daily life- a qualitative study of brand meanings and their motivational ground among in Helsinki and London metropolitan areas. Sarja A 4. Turku: Turun kauppakorkeakoulu. Väitöskirja. Viitattu 20.8.2011 http://info.tse.fi/julkaisut/vk/Ae4_2009.pdf

Anttila, Anna 2004. Johdanto. Teoksessa Anna Anttila (toim.) Lapsuuden muuttuva maisema. Puheenvuoroja kulutuskulttuurin seksualisoinnin vaikutuksista. Raportteja 284. Helsinki: Stakes, 11–16.

Aro, Jari & Jokivuori, Pertti 2010. Klassinen sosiologia ja moderni maailma. Helsinki: WSOYpro Oy.

Autio, Minna 2004. Pimulook tyttöjen pukeutumisessa. Teoksessa Anna Anttila (toim.) Lapsuuden muuttuva maisema. Puheenvuoroja kulutuskulttuurin seksualisoinnin vaikutuksista. Raportteja 284. Helsinki: Stakes, 32–39.

Autio, Minna 2006a. Kuluttajajuuden rakentuminen nuorten kertomuksissa. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 1066. Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 65. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto.

Autio, Minna 2006b. Legoista Leviksiin. Kuluttajaksi kasvun aakkoset. Teoksessa Hanna Lehtimäki & Juha Suoranta (toim.) Kasvattajan brändikirja. Helsinki: Finn Lectura, 13–26.

Banerjee, Robin & Dittmar, Helga 2008. What is beautiful and who is “cool”? Consumer culture and socialization. Teoksessa Helga Dittmar (eds.) The Search for the “Good Life” and the “Body Perfect” New York: Psychology Press, 173–197.

Bauman, Zygmunt 2002. Notkea moderni. Tampere: Vastapaino.

Bauman, Zygmunt 2005. Liquid life. Cambridge: Polity Press.

Brusdal, Ragnhild & Lavik, Randi 2008. Just shopping? A closer look at youth and shopping in Norway. *Young* 16, 393–408.

Buckingham, David 2000. After the Death of Childhood. Growing Up in The Age of Electronic Media. Cambridge: Polity Press.

Chaplin, Lan Nguyen & Roedder-John, Deborah 2007. Growing up in a Material World: Age Differences in Materialism in Children and Adolescents. *Journal of Consumer Research* 34 (3), 480–493.

Cook, Daniel Thomas 2007. The disempowering empowerment of children’s consumer “choice” Cultural discourses of the child consumer in North America. *Society and Business Review*. 2 (1), 37–52.

Cook, Daniel Thomas 2008. The Missing Child in Consumption Theory. *Journal of Consumer Culture* 8 (2), 219–243.

Eskola, Jari 1997. Eläytymismenetelmäopas. Tampere: Tampereen yliopisto.

Eskola, Jari 1998. Eläytymismenetelmä sosiaalitutkimuksen tiedonhankintamenetelmänä. Tampere: TAJU.

Eskola, Jari & Suoranta, Juha. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

Eskola, Jari 2007. Eläytymismenetelmän autuus ja kurjuus. Teoksessa Juhani Aaltola & Raine Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-kustannus, 71–86.

Heikkinen, Riitta-Liisa & Timo, Laine. Kohtaamisen näkökulmia. Teoksessa Riitta-Liisa Heikkinen & Timo Laine (toim.) Hoitava kohtaaminen. Helsinki: Kirjayhtymä, 7–25.

Helavirta, Susanna 2006. Lasten hyvä ja huono elämä eläytymistarinoiden valossa. Teoksessa Hannele Forsberg, Aino Ritala-Koskinen & Maritta Törrönen (toim.) Lapset ja sosiaalisuus. Kohtaamisista, menetelmistä ja tiedon uudelleen arviointia. Jyväskylä: PS-kustannus, 195–219.

Helavirta, Susanna 2011. Lapset hyvinvointitiedon tuottajina. Tampereen yliopisto. Yhteiskunta- ja kulttuuritieteiden yksikkö. Acta Electronica Universitatis Tamperensis 1133. Väitöskirja. Viitattu 10.1.2012 <http://urn.fi/urn:isbn:978-951-44-8604-3>

Helve, Helena 2010. Arvojen muutos nuorisokasvatuksen haasteena. Teoksessa Elina Nivala & Mikko Saastamoinen (toim.) Nuorisokasvatuksen teoria- perusteita ja puheenvuoroja. Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 73. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto, 276 – 312.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2001. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: University Press.

Huttunen, Kaisa & Autio, Minna 2009. Kulutuseetokset ja rahan merkitykset suomalaisten kuluttajien kertomana. Teoksessa Timo Kallinen & Minna Ruckenstein (toim.) Raha – antropologisia näkökulmia. Helsinki: SKS, 248–262.

Hämäläinen, Juha & Kurki, Leena. 1997. Sosiaalipedagogiikka. Porvoo: WSOY.

Hämäläinen, Juha 2007. Lastensuojelun kehityslinjoja. Tutkimus Suomen lastensuojelun aatepohjasta ja oppihistoriasta. Kuopio: Snellman – instituutin A-sarja 22/2007.

Hämäläinen, Juha 2010. Nuorisokasvatuksen teoria sosiaalipedagogisessa kehyksessä. Teoksessa Elina Nivala & Mikko Saastamoinen (toim.) Nuorisokasvatuksen teoria- perusteita ja puheenvuoroja. Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 73. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto, 169–200.

Kallioniemi, Arto 2010. Kokonaisvaltaisesti oppiva lapsi. Teoksessa Eero Jokela & Heli Pruuki (toim.) Jo iso, vielä pieni- Kouluikäisen lapsen maailma. Helsinki: Lasten keskus, 130–145.

Kanner, Allen D. 2005. Globalization and the commercialization of childhood. Psychology 20 (5), 49–51.

Karlsson, Liisa 2010. Lapsinäkökulmainen tutkimus ja aineiston tuottaminen. Teoksessa Kirsi Pauliina Kallio, Aino Ritala-Koskinen & Niina Rutanen (toim.) Missä lapsuutta tehdään? Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 105. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto, 121–141.

Klein, Naomi 2001. No Logo-Tähtäimessä brändivaltiaat. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Kupiainen, Reijo & Sintonen, Sara 2009. Medialukutaidot osallisuus mediakasvatus. Helsinki: University Press/ Palmenia.

Kupiainen, Reijo & Suoranta, Juha 2005. Kaikki mikä kiiltää...Medialukutaito brändihoukutusten vastavoimana. Teoksessa Tomi Kiilakoski, Tuukka Tomperi & Marjo Vuorikoski (toim.) Kenen kasvatus? Tampere: Vastapaino, 287–308.

Kurki, Leena & Nivala, Elina 2006. Johdanto. Teoksessa Leena Kurki & Elina Nivala (toim.) Hyvä ihminen ja kunnon kansalainen. Johdatus kansalaisuuden sosiaalipedagogiikkaan. Tampere: University Press, 11–23.

Kurki, Leena 2006. Kansalainen persoonana yhteisössään. Teoksessa Leena Kurki & Elina Nivala (toim.) Hyvä ihminen ja kunnon kansalainen. Johdatus kansalaisuuden sosiaalipedagogiikkaan. Tampere: University Press, 115–187.

Kurki, Leena 2010. Nuorisokasvatus sosiokulttuurisen innostamisen kehyksessä. Nuorisokasvatuksen teoria sosiaalipedagogisessa kehyksessä. Teoksessa Elina Nivala & Mikko

Saastamoinen (toim.) Nuorisokasvatuksen teoria. Perusteita ja puheenvuoroja. Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 73. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto, 201–228.

Kuula, Arja 2006. Tutkimusetiikka: aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys. Tampere: Vastapaino.

Kuula, Arja 2010. Alaikäisiltä kerätyn aineiston arkistoinnin ja jatkokäytön etiikka, Kohti eettisesti kestävä lasten ja nuorten tutkimusta. Teoksessa Hanna Lagström, Tarja Pösö, Niina Rutanen & Kaisa Vehkalahti (toim.) Lasten ja nuorten tutkimuksen etiikka. Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 101. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto, 213–235.

Laine, Timo 2007. Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma. Teoksessa Juhani Aaltola & Raine Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin II näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin, Jyväskylä: PS-kustannus, 28–45.

Lehtimäki, Hanna & Suoranta, Juha 2006a. Lapset ja nuoret. Kuluttamisen erityisasiantuntijat. Kasvatus (4), 346–350.

Lehtimäki, Hanna & Suoranta, Juha 2006b. Johdanto. Teoksessa Hanna Lehtimäki & Juha Suoranta (toim.) Kasvattajan brändikirja. Helsinki: Finn Lectura, 7–10.

Lehtomaa, Merja. Fenomenologinen kokemuksen tutkimus: Haastattelu, analyysi ja ymmärtäminen. Teoksessa Juha Perttula & Timo Lomaa, (toim.) Kokemuksen tutkimus. Merkitys, tulkinta, ymmärtäminen. Helsinki: Dialogia, 163–194.

Lehtonen, Turo-Kimmo 1999. Rahan vallassa. Ostoksilla käyminen ja markkinatalouden arki. Helsinki: Tutkijaliitto.

Linna, Eero 2007. Rockfestivaalit kulutuksen pelikenttänä. Teoksessa Visa Heinonen & Jukka Kortti (toim.) Vaikuttamista ja valintoja. Monitieteisiä näkökulmia mainontaan ja kulutukseen. Helsinki: Gaudeamus, 181–198.

Mattila, Pekka 2006. Ero ja liitto. Brändien yhteisölliset tehtävät. Teoksessa Hanna Lehtimäki & Juha Suoranta (toim.) Kasvattajan brändikirja. Helsinki: Finn Lectura, 44–60.

Moilanen, Pentti & Räihä, Pekka 2007. Merkitysrakenteiden tulkinta. Teoksessa Juhani Aaltola & Raine Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin II näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin, Jyväskylä: PS-kustannus, 46–69.

Mäkinen, Olli 2005. Tieteellisen kirjoittamisen ABC. Helsinki: Tammi.

Niemelä, Seppo 2011. Sivistyminen. Sivistystarve, -pedagogiikka ja –politiikka pohjoismaisessa kansansivistystraditiossa. Snellman-instituutin A-sarja 25 / 2011. Kansanvalistusseura ja Snellman-instituutti.

Niinistö, Hanna 2010. Media haastaa kasvattajan pelikentälle. Teoksessa Antti Pentikäinen, Anu Ruhala, Hanna Niinistö, Riku Olkkonen & Elina Ruddock (toim.) Mediametkaa. Osa 4. Kaikki peliin. Helsinki: Mediakasvatuskeskus Metka ry, 53–59.

Nikkinen, Tiina 2010. Nuorten kokemuksia perheen taloudellisesta tilanteesta. Viitattu 9.12.2011 <http://www.mll.fi/bin.directo.fi/@Bin/7c74e1b97fcfdb6b2ac8218c88de44bf/128>

8260097/application/pdf/13132260/Nuorten %20kokemuksia %20perheen %20taloudellista %20tilanteesta %20LOW %20RES.pdf

Nivala, Elina 2007. Sosiaalipedagogiikka nuorten yhteiskunnallisen kasvun tukena. Teoksessa Juha Hämäläinen & Elina Nivala (toim.) Sosiaalipedagoginen aikakauskirja. Vuosikirja 2007 (8), Kuopio: Suomen sosiaalipedagoginen seura ry, 77–107.

Nivala, Elina 2008. Kansalaiskasvatus globaalin ajan hyvinvointiyhteiskunnassa. Kansalaiskasvatuksen sosiaalipedagoginen teoriakehys. Kuopio: Snellman-instituutin A-sarja 24/2008.

Nurmi, Jan-Erik 2003. Nuoruusiän kehitys: etsintää, valintoja ja noidankehiä. Teoksessa Paula Lyytinen, Mikko Korkiakangas & Heikki Lyytinen (toim.) Näkökulmia kehityspsykologiaan- Kehitys kontekstissaan. Helsinki: WSOY, 256–274.

Näre, Sari. 2008. Intimisoitunut julkisuus kasvuympäristönä. Teoksessa Anja Riitta Lahikainen, Raija-Leena Punamäki, & Tuula Tamminen (toim.) Kulttuuri lapsen kasvattajana. Helsinki: WSOY, 35–44.

Oksanen, Atte. 2008. Lapsuus jättömaana: Teknologisen bränditalouden paisteessa vai pimennossa? Teoksessa Anja Riitta Lahikainen, Raija-Leena Punamäki, & Tuula Tamminen (toim.) Kulttuuri lapsen kasvattajana. Helsinki: WSOY, 45–59.

Partanen, Jukka & Lahikainen, Anja-Riitta 2008. Lasten markkinat. Teoksessa Anja-Riitta Lahikainen, Raija-Leena Punamäki, & Tuula Tamminen (toim.) Kulttuuri lasten kasvattajana. Helsinki: WSOY, 60–79.

Penttinen, Pekka 2010. Nuorten oppiminen myöhäismodernissa. Teoksessa Elina Nivala & Mikko Saastamoinen (toim.) Nuorisokasvatuksen teoria. Perusteita ja puheenvuoroja. Nuorisotutkimusverkoston julkaisuja 73. Helsinki: Nuorisotutkimusseura. 255–275.

Perttula, Juha 2005. Kokemus ja kokemuksen tutkimus: fenomenologisen erityistieteen tieteenteoria. Teoksessa Juha Perttula & Timo Latomaa (toim.) Kokemuksen tutkimus. Merkitys, tulkinta, ymmärtäminen. Helsinki: Dialogia, 115–162.

Pohjola, Kirsi & Johnson, Elina 2009. Lasten mediakulttuuri ja koulu vuoropuheluun. Koulutuksen tutkimuslaitos. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Postman, Neil 1985. Lyhenevä lapsuus. Helsinki: WSOY.

Puusa, Anu 2011. Laadullisen aineiston analysointi. Teoksessa Anu Puusa & Pauli Juuti (toim.) Menetelmäviidakon raivaajat- perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan. Helsinki: JTO, 114–125.

Puusa, Anu 2011. Haastattelu laadullisen tutkimuksen menetelmänä. Teoksessa Anu Puusa & Pauli Juuti (toim.) Menetelmäviidakon raivaajat- perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan. Helsinki: JTO, 73–87.

Quart, Alissa 2003. Brändätyt- ostetaan ja myydään nuoria. Helsinki: Like.

Raijas, Anu, Lehtinen, Anna-Riitta & Varjonen, Johanna 2009. Lasten ja nuorten syrjäytymisvaara toimeentulon ja kulutuksen näkökulmasta. Keskustelualoitteita 37. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.

Raijas, Anu & Wilska, Terhi-Anna 2007. Huolenpitoa ja jakamista-raham ja ajan jakautuminen suomalaisissa lapsiperheissä. Työselosteita ja esitelmää 104. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.

Raijas, Anu & Wilska, Terhi-Anna 2008. Kulutuspäätökset perheissä: kuka päättää mistäkin? Teoksessa Kirsti Ahlqvist, Anu Raijas, Adriaan Perrels, Jussi Simpura, & Liisa Uusitalo, (toim.) Kulutuksen pitkä kaari. Niukkuudesta yksilöllisiin valintoihin. Helsinki: Palmenia Helsinki University Press, 241–264.

Ronkainen, Suvi, Pehkonen, Leila, Lindblom-Ylänne & Paavilainen, Eija 2011. Tutkimuksen voimasanat. Helsinki: WSOYpro.

Ruckenstein, Minna 2009. Lapset ja raha: taloudellisesti hyödyttömien talous. Teoksessa Minna Ruckenstein & Timo Kallinen (toim.) Rahan kulttuuri. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 87–103.

Saaranen, Anita & Eskola, Jari 2003. Narratiiveja narratiiveista. Teoksessa Jari Eskola, Anja Koski-Jännes, Eija Lamminluoto, Anita Saaranen, Mikko Saastamoinen & Katja Valtanen (toim.) Tutkimusmenetelmällisiä reflektioita. Kuopio: Kuopion yliopisto. Kuopio University Press, 143–162.

Salasuo, Mikko & Hoikkala, Tommi 2010. Lapsi, nuori ja mediatyhteiskunta. Teoksessa Eero Jokela & Heli Pruuki (toim.) Jo iso, vielä pieni- Kouluikäisen lapsen maailma. Helsinki: Lasten keskus, 146–162.

Salmi, Minna & Sauli, Hannele & Lammi-Taskula, Johanna. 2009. Lapsiperheiden toimeentulo. Teoksessa Johanna Lammi-Taskula, Sakari Karvonen & Salme Ahlström (toim.) Lapsiperheiden hyvinvointi 2009. Helsinki: Terveysten ja hyvinvoinnin laitos, 78–93.

Schor, Juliet B. 2004. Born to buy. New York: Scribner.

Skinnari, Simo. 2004. Pedagoginen rakkaus- Kasvattaja elämän tarkoituksen ja ihmisen arvoituksen äärellä. Jyväskylä: PS-kustannus.

Steinby, Liisa 2008. Ryöstelijät ammutaan: moderni minä ja mitä sille tapahtui. Teoksessa Jussi Ojajärvi & Liisa Steinby (toim.) Minä ja markkinavoimat. Yksilö, kulttuuri ja yhteiskunta uusliberalismin valtakaudella. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Avain, 256–266.

Strandell, Harriet 2010. Etnografinen kenttätyö: lasten kohtaamisen eettisiä ulottuvuuksia. Teoksessa Hanna Lagström, Tarja Pösö, Niina Rutanen & Kaisa Vehkalahti (toim.) Lasten ja nuorten tutkimuksen etiikka. Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 101. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto, 92–112.

Suoranta, Juha 2003. Kasvatus mediakulttuurissa- Mitä kasvattajien tulee tietää. Tampere: Vastapaino.

Suoranta, Juha 2005. Radikaalikasvatus. Kohti kasvatuksen poliittista sosiologiaa. Helsinki: Gaudeamus.

Suoranta, Juha 2008. Markkinavoimat vastaan kasvatusvoimat. Teoksessa Jussi Ojajärvi & Liisa Steinby (toim.) Minä ja markkinavoimat. Yksilö, kulttuuri ja yhteiskunta uusliberalismin valtakaudella. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Avain, 67–109.

Suoranta, Juha 2010. Radikaali kasvatus nuorisokasvatuksessa. Nuorisokasvatuksen teoria sosiaalipedagogisessa kehyksessä. Teoksessa Elina Nivala & Mikko Saastamoinen (toim.) Nuorisokasvatuksen teoria. Perusteita ja puheenvuoroja. Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 73. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto, 313–338.

Tiittula, Liisa & Ruusuvuori, Johanna 2009. Johdanto. Teoksessa Johanna Ruusuvuori & Liisa Tiittula (toim.) Haastattelu- Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Tampere: Vastapaino, 9–21.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Uusitalo, Liisa 2004. Kulutustutkimuksen ongelmat ja tutkimustapa muuttuvat. Teoksessa Kirsti Ahlqvist & Raijas, Anu (toim.) Ihanne ja todellisuus. Näkökulmia kulutuksen muutokseen. Helsinki: Tilastokeskus, 5–22.

Vehkalahti, Kaisa 2010. Johdanto. Kohti eettisesti kestävä lasten ja nuorten tutkimusta. Teoksessa Hanna Lagström, Tarja Pösö, Niina Rutanen & Kaisa Vehkalahti (toim.) Lasten ja nuorten tutkimuksen etiikka. Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 101. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto, 10–23.

Vänskä, Anna-Mari 2009. Pohdintaa kuvallisuuden kietoutumisesta kuluttamiseen. Teoksessa Minna Lammi, Mari Niva & Johanna Varjonen (toim.) Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2009. Kulutuksen liikkeitä. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus, 205–226.

Wilska, Terhi-Anna 2001. Tuotteistettu nuoruus kulutusyhteiskunnassa. Teoksessa Anne Puuronen & Raili Välimaa (toim.) Nuori ruumis. Helsinki: Gaudeamus, 60–70.

Wilska, Terhi-Anna 2004. Lapset kuluttajina ja markkinoinnin kohderyhmänä. Teoksessa Anna Anttila (toim.) Lapsuuden muuttuva maisema. Puheenvuoroja kulutuskulttuurin seksualisoinnin vaikutuksista. Raportteja 284. Helsinki: Stakes, 17–31.

Wilska, Terhi-Anna 2005. Lapset, kulutus ja media. Teoksessa Jaana Syrjälä (toim.) Vahva vanhemmuus- Paras tuki nuoren kasvuun. Helsinki: Väestöliitto, 89–95
Wilska, Terhi-Anna 2008. Lasten materialistiset kulutusasenteet ja kuluttajaksi sosiaalistuminen. Teoksessa Anu Raijas & Terhi-Anna Wilska (toim.) Perhe kulutusyhteiskunnassa. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus, 33–50.

Wilska, Terhi-Anna & Konttinen, A. 2006. Kulutuskulttuurit ja elämänvalinnat Suomessa ja Japanissa. Teoksessa Katja Valaskivi (toim.). Vaurauden lapset. Näkökulmia japanilaiseen ja suomalaiseen nykykulttuuriin. Vastapaino: Jyväskylä, 31–61.

Wilska, Terhi-Anna 2006. Teknopoijat ja tyylitytöt. Sukupuoli lasten ja nuorten kulutuksen määrittäjänä. Teoksessa Hanna Lehtimäki & Juha Suoranta (toim.) Kasvattajan brändikirja. Helsinki: Finn Lectura, 27–43.

Wilska, Terhi-Anna 2010. Tytöt, pojat ja talous. Teoksessa Marja-Liisa Halko, Anne Mikola & Olli-Pekka Ruuskanen (toim.) Naiset, miehet ja talous. Helsinki: Gaudeamus, 119 – 137.

Ziehe, Thomas 1991. Uusi nuoriso: epätavanomaisen oppimisen puolustus. Tampere: Vastapaino.

LIITTEET


LIITE 1: Tutkimuslupa

kaupunki	Viranhaltijapäätös
Sivistyksen toimiala	Yleinen päätös
Perusopetuspalvelujen palvelupäällikkö	04.08.2010 7 §

Voutilainen Helena: tutkimuslupa

Helena Voutilainen, hakee lupaa saada suorittaa tutkimus kaupungin perusopetuksen oppilaille. Tutkimuksessa oppilaiden tehtävänä on kirjoittaa pieni kertomus. Osa oppilaista osallistuu haastatteluun, jossa keskustellaan tarkemmin heidän kirjoittamista tarinoista. Tutkimus on tarkoitettu tehdä 6-luokkalaïsille oppilaille koulussa.

Päätös Myönnetään Helena Voutilaiselle tutkimusluvan koululle syyslukukaudeksi 2010.


Perusopetuspalvelujen palvelupäällikkö Majja Saksa

Jakelu Voutilainen Helena
koulu
koulu

LIITE 2: Eläytymismenetelmän kehyskertomus

Kuvittele, että viikonloppu on tulossa. Saat vanhemmiltasi ylimääräistä rahaa, ja saat käyttää sen mihin haluat. Mitä tekisit näillä rahoilla? Toteuttaisitko joitain haaveitasi? Miltä sinusta tuntuisi jos tällaista tapahtuisi? Kerro ja kirjoita tästä tarina.

LIITE 3: Teemahaastattelun kysymykset

1. Kuluttamisen merkitys lapselle? Onko tärkeää että on merkkivaatteita ja uusin kännykkämalli?
2. Kaverien vaikutus omaan kuluttamiseen?
3. Vapaa-ajan viettäminen tehdäänkö kavereiden kanssa asioita joissa tarvitsee rahaa? Entä voiko vapaa-aikaa viettää ilman rahaa?
4. Median ja mainonnan vaikutus omaan kuluttamiseen?
5. Vanhempien vaikutus omaan kuluttamiseen?
6. Rahan merkitys lapsen elämässä? Miltä tuntuisi jos ei olisi yhtään rahaa käytössä?
7. Säästämisen merkitys? Onko säästäminen sinulle tärkeää, säästätkö johonkin?
8. Onko ostaminen ja kuluttaminen aina hauskaa ja kivaa?
9. Mitä ajattelet tuhlaamisesta, voiko ostaa liikaa ja kuluttaa liikaa rahaa?
10. Tekeekö rahan saaminen ja kuluttaminen sinut onnelliseksi?
11. Onko mielipiteilläsi vaikutusta perheen yhteisiin ostoksiin tai hankintoihin?
12. Oletko keskustellut ostamisesta ja kuluttamisesta vanhempien kanssa?
13. Oletko keskustellut ostamisesta ja kuluttamisesta kavereiden kanssa?
14. Onko ostamisesta ja kuluttamisesta keskusteltu koulussa?
15. Onko kavereille tärkeää ostaminen ja kuluttaminen?
16. Mitä harrastat?
17. Saatko viikkorahaa?
18. Haluatko kertoa jotakin muuta kuluttamisestasi?

LIITE 4: Taulukko lasten eläytymistarinoissa ilmaisemista toiveista ja haaveista tutkimuskouluissa

	Koulu 1	Koulu 2	Yhteensä	Tytöt Koulu 1	Pojat Koulu 1	Yhteensä	Tytöt Koulu 2	Pojat Koulu 2	Yhteensä
<i>Säästäminen</i>	13	12	25	2	11	13	5	7	12
<i>Vaatteet ja kengät</i>	9	13	22	6	3	9	9	4	13
<i>Makeiset, limu ym.</i>	9	9	18	2	7	9	5	4	9
<i>Harrastusvälineet</i>	5	6	11	0	5	5	3	3	6
<i>Muut</i>	4	7	11	0	4	4	4	3	7
<i>Ei tiedä mitä ostaisi</i>	3	5	8	0	3	3	0	5	5
<i>Elektroniikka ja pelit</i>	3	4	7	0	3	3	2	2	4
<i>Kotimaan matkat</i>	7	0	7	5	2	7	0	0	0
<i>Ulkomaan matkat</i>	4	1	5	1	3	4	1	0	1
<i>Lahjat muille</i>	1	4	5	0	1	1	3	1	4
<i>Musiikki</i>	3	1	4	3	0	3	1	0	1
<i>Huvipuisto</i>	3	1	4	3	0	3	1	0	1
<i>Auto</i>	1	2	3	0	1	1	0	2	2
<i>Elokuvat</i>	2	1	3	1	1	2	0	1	1
<i>Kirjat</i>	1	1	2	1	0	1	0	1	1
<i>Koulutarvikkeet</i>	0	2	2	0	0	0	1	1	2
<i>Risteilyt</i>	2	0	2	2	0	2	0	0	0
<i>Ravintolat, jätskibaarit</i>	1	1	2	1	0	1	1	0	1
<i>Ulkonaäöstä huolehtiminen</i>	0	2	2	0	0	0	2	0	2
<i>Lemmikkieläin</i>	0	2	2	0	0	0	1	1	2
<i>Lelut</i>	0	1	1	0	0	0	0	1	1